

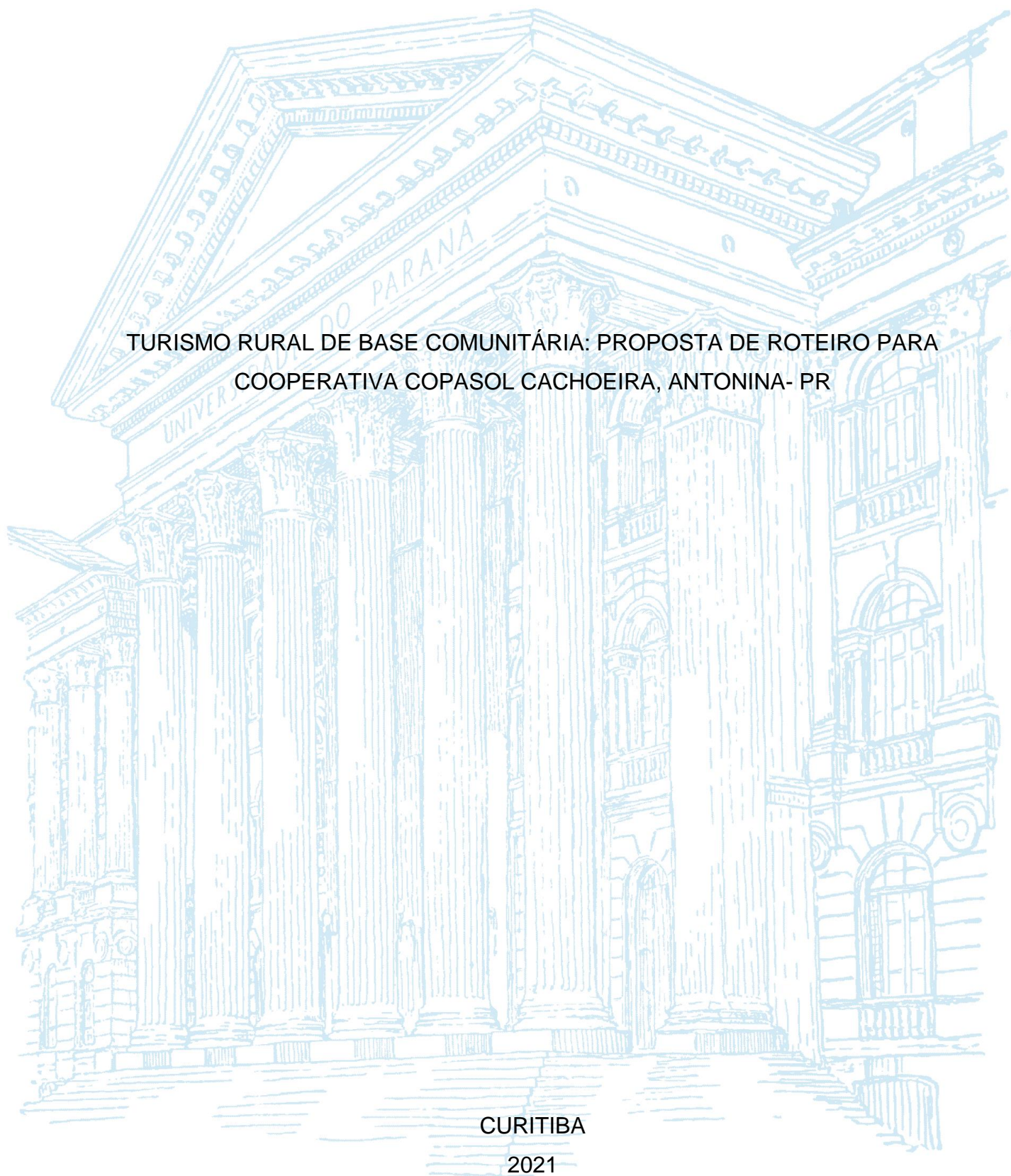
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUIZA STOPASOLLA PINTO

TURISMO RURAL DE BASE COMUNITÁRIA: PROPOSTA DE ROTEIRO PARA
COOPERATIVA COPASOL CACHOEIRA, ANTONINA- PR

CURITIBA

2021



LUIZA STOPASOLLA PINTO

TURISMO RURAL DE BASE COMUNITÁRIA: PROPOSTA DE ROTEIRO PARA
COOPERATIVA COPASOL CACHOEIRA, ANTONINA- PR

Projeto de Pesquisa apresentado a disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo I, ao Curso de Graduação em turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Profª Dra. Letícia Bartoszeck Nitsche

CURITIBA

2020

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar o potencial das propriedades dos cooperados da Copasol Cachoeira e da comunidade Cachoeira, para o desenvolvimento do segmento de turismo rural de base comunitária. Visando propor um roteiro turístico integrado. A metodologia do trabalho se constituiu no primeiro momento de pesquisa bibliográfica e documental para a construção do marco teórico e compreensão de conceitos, e na segunda parte as coletas de dados aconteceram por meio de entrevistas semi-estruturadas e observação assistemática com os associados da cooperativa. Os resultados da pesquisa demonstraram o potencial turístico da comunidade, possibilitando a proposta do projeto. Por fim, foi desenvolvida a proposta do Roteiro Turístico Copasol Cachoeira, possibilitando a inserção e vivência do turista nas propriedades rurais, permitindo que este participe de atividades agrícolas e conheça a comunidade e seus locais de lazer.

Palavras-chave: Turismo rural 1. Cooperativismo 2. Turismo de base comunitária 3. Roteiros turísticos 4.

ABSTRACT

The present work has as main objective to analyze the potential of the properties of the members of Copasol Cachoeira and the Cachoeira community, for the development of the community-based rural tourism segment. Aiming to propose an integrated tourist itinerary. The methodology of the work was constituted in the first moment of bibliographical and documental research for the construction of the theoretical framework and understanding of concepts, and in the second part the data collections happened through semi-structured interviews and unsystematic observation with the cooperative members. The results of the research demonstrated the tourist potential of the community, enabling the proposal of the project. Finally, the proposal for the Touristic Tour Copasol Cachoeira was developed, enabling the insertion and experience of tourists in rural properties, allowing them to participate in agricultural activities and get to know the community and its leisure places.

Keywords: Rural tourism 1. Cooperativism 2. Community-based tourism 3. Tourist itineraries 4

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO DE ANTONINA NO ESTADO DO PARANÁ	55
FIGURA 2 - DIFERENTES PONTOS DO RIO CACHOEIRA	62
FIGURA 3 - ACESSO RIO CACHOEIRA	63
FIGURA 4 - VIAS DE ACESSO PARA COMUNIDADE CACHOEIRA	65
FIGURA 5 - PONTO DE ÔNIBUS NA RODOVIA PARA COMUNIDADE	65
FIGURA 6 - ÚLTIMO PONTO DE DESEMBARQUE NA COMUNIDADE	65
FIGURA 7 - ENTRADAS DAS PROPRIEDADES DO SUJEITO C E D	67
FIGURA 8 - PROPRIEDADE SUJEITO C	70
FIGURA 9 - PROPRIEDADE SUJEITO D	71
FIGURA 10 - LOCALIZAÇÃO DA COMUNIDADE CACHOEIRA	74
FIGURA 11 - LOCALIZAÇÃO DAS PROPRIEDADES E ATRATIVOS DA COMUNIDADE CACHOEIRA	75
FIGURA 12 - PROTÓTIPO SITE	76
FIGURA 13 - LOGO PROPOSTO PARA ROTEIRO	77
FIGURA 14 - PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE PLACAS INFORMATIVAS ..	84
FIGURA 15 - PROPOSTA DE SITE PARA COMERCIALIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO ROTEIRO	85

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - SÍNTESE REFERENCIAL TEÓRICO	48
QUADRO 2 - SÍNTESE ENTREVISTAS	58
QUADRO 3 - PRODUTORES COPASOL	59
QUADRO 4 - PROPRIEDADES COOPERADOS.	60
QUADRO 5 - SÍNTESE DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS A SEREM OFERTADAS.	74
QUADRO 6 - AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UM ROTEIRO.	80
QUADRO 7 - ETAPAS NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO ROTEIRO NA COMUNIDADE.....	81

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CUSTOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO	81
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

TRAF - Turismo Rural na Agricultura Familiar

REDE TRAF - Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar

TBC - Turismo de Base Comunitária

ENTBL - Encontro Nacional de Turismo de Base Local

TRC - Turismo Rural Comunitário

MTUR - Ministério do Turismo

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CAC - Comissão Europeia sobre Política Empresarial, Comércio, Turismo e economia

ACI - Aliança Cooperativa Internacional

OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras

SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo

SENAES - Secretaria Nacional de Economia Solidária

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

ADETUR - Agencia de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais

FUMTUR - Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa

ITCP- Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares

PNAE- Programa Nacional de Alimentação Escolar

IDR- PR- Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná Iapar-Emater

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 MARCO TEÓRICO	14
2.1 TURISMO RURAL.....	14
2.1.1 Agroturismo	21
2.1.2 Turismo rural na agricultura familiar (TRAF)	23
2.1.2.1 Associativismo.....	26
2.1.2.2 Cooperativismo.....	27
2.1.2.3 Exemplos de cooperativas agrícolas com atividade turística.....	30
2.1.3 Turismo de base comunitária (TBC).....	34
2.2 ROTEIROS TURÍSTICOS	39
2.2.1 Aspectos do planejamento para aplicação em roteiros de turismo rural	42
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	50
3.1 ÁREA DE ESTUDO.....	54
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....	58
4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	58
4.1.1 Cooperados e propriedades	59
4.1.2 Atrativos da Comunidade Cachoeira	61
4.1.3 Observações sobre acessos e entorno	64
4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	66
5 PROJETO DE TURISMO: “ROTEIRO TURISTICO COPASOL CACHOEIRA	73
5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	73
5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO	79
5.2.1 Descrição das Etapas para a Execução do Projeto (com cronograma).	79
5.2.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.....	82
5.2.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa	82
5.2.4 Avaliação do retorno do investimento	86
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
7 REFERÊNCIAS.....	89
8 APÊNDICES	100
8.1 APÊNDICE 1: ENTREVISTA COM COOPERADOS DA COPASOL CACHOEIRA, ANTONINA- PR.....	100

8.2 APENDICE 2 - ANÁLISE DAS PROPRIEDADES COOPERATIVA COPASOL CACHOEIRA E COMUNIDADE CACHOEIRA, ANTONINA- PR	101
---	-----

1 INTRODUÇÃO

Desde o início do processo de ocupação do território brasileiro a agricultura familiar fez parte da produção do país, possuindo diversos interesses, serviços e funções (SILVA, 1999). Os diferentes ciclos econômicos brasileiros, que resultaram na concentração de terras, até o processo de modernização e industrialização da agricultura brasileira, onde os privilégios eram voltados a setores mais capitalizados e com produção de commodities para o mercado internacional por grandes latifúndios, acarretaram na marginalização da agricultura familiar, tornando essa fonte de pobreza e exclusão social no meio rural (MATTEI, 2014). Desde então questões como grau de autonomia dos agricultores, relação de poder, valorização da agricultura familiar, forma de geração de renda e qualidade de vida no meio rural vem sendo pensadas e debatidas (SCHNEIDER, 2011).

No litoral paranaense a partir do século XX, a agricultura familiar se vê fragilizada por conta de grandes produtores, abandonando uma série de costumes e cultura acumulada historicamente. Com o aumento a extração de palmito foram estimuladas o estabelecimento de grandes latifúndios, além de intenso desmatamento da Floresta Atlântica e especulação fundiária. Em uma tentativa de barrar tais problemas decreta-se leis ambientais que limitam mais ainda a produção e inviabilizam a competitividade de produtos locais no mercado, aumentando a pobreza e causando um novo fluxo migratório para área urbana (ADEMADAN, 2020).

Devido à importância desse segmento e a necessidade de seu fortalecimento, são criadas políticas públicas como o PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar). Compreendendo então a dificuldade que os agricultores familiares enfrentam para produzir e escoar sua produção, bem como para ter uma vida de qualidade no meio rural (JÚNIOR, 2002).

Sendo assim, a pluriatividade uma condição indispensável à sobrevivência e a competitividade dos territórios rurais, capaz de gerar renda através de novas oportunidades de negócio (IDRHA, 2006). Tornando-se a diversificação a melhor forma de evitar incertezas e vulnerabilidades (RAIHER, 2009), combinando múltiplas inserções ocupacionais das pessoas que pertencem a uma mesma família, dentro ou fora da propriedade rural a fim de uma segunda fonte de renda (SILVA et al, 1997).

O novo rural brasileiro não pode mais ser entendido como espaço exclusivo de produção agrícola, uma vez que a pluriatividade tornou-se permanente nas unidades familiares, sendo das novas atividades o turismo rural (SILVA, 2001). Essa que surge como forma de permanência no campo o turismo rural, é pautado pelo movimento de reencontro de raízes e convívio com a natureza pelos moradores de áreas urbanas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004). Considerado um segmento novo e em fase de expansão o Turismo rural representa as atividades que existem por conta da ruralidade, possuindo vínculo direto ou indireto com a produção rural e outras características que definem a ruralidade (NITSCHKE, 2019).

Entendendo o turismo como potencial para permanência no campo e melhoria de vida surge a justificativa da pesquisa, demonstrando a possibilidade da existência de um turismo nas propriedades de agricultura familiar. Esse orientado pelo turismo de base comunitária, que tem como premissa um modelo de desenvolvimento turístico orientado pelos princípios da economia solidária, associativismo, valorização da cultura local e protagonizado pelas comunidades locais, visando a apropriação por parte dessas dos benefícios advindos da atividade turística (MTUR, 2008).

Diante do exposto, surgem questionamentos sobre a viabilidade do turismo rural na cooperativa em questão, objeto do estudo. A Copasol Cachoeira (Cooperativa de Processamento Alimentar e Agricultura familiar Solidária de Antonina e Região), está localizada em Antonina, Paraná, criada em 2016 com o objetivo de promover o desenvolvimento e defesa econômico social das atividades de seus cooperados, agregando valor à produção da agricultura familiar.

Desta forma, o trabalho teve como ponto de partida a questão: Existe potencial local para composição de um roteiro turístico que integre as propriedades cooperadas? A partir de suposições acerca do tema, a hipótese descrita é de que as propriedades possuem potencial turístico, com atividades que definem ruralidade e interesse dos proprietários em desenvolver uma atividade turística, necessitando de estruturação e ordenação.

Esta pesquisa é fruto da atuação da autora na Cooperativa Copasol em atividade acadêmica no período de 2019 a 2020. Durante esses anos desenvolveu-se vínculo com a comunidade através da ITCP- Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares, programa de extensão acadêmica da Universidade Federal do Paraná, permitindo a participação em projetos de turismo de base comunitária no

litoral paranaense desde 2017, habituando-se ao segmento. Com as experiências no local surgiu o interesse sobre as possibilidades da atividade do turismo de base comunitário nas propriedades associadas a cooperativa. A presente pesquisa tem como ponto de partida o interesse levantado em campo dos cooperados em iniciar uma atividade turística entre eles, averiguado em visitas técnicas, reuniões e conversas com os mesmos.

Para responder o problema de pesquisa, o objetivo geral desta pesquisa consiste em propor um roteiro turístico rural de base comunitária entre as propriedades da Cooperativa Copasol Cachoeira, em Antonina, Paraná. Os objetivos específicos que contribuirão para alcançar o objetivo geral, são:

- a) Desenvolver referencial teórico para sustentar o estudo da atividade turística rural relacionada às dinâmicas agrícolas familiares e cooperativas por meio do planejamento de um roteiro turístico;
- b) Identificar as propriedades de cooperados interessados em constituir um roteiro;
- c) Identificar a oferta de atrativos, serviços e equipamentos turísticos presentes nas propriedades e no entorno;
- d) Elaborar propostas para composição de um roteiro turístico considerando os aspectos necessários no planejamento do mesmo.

Visando melhor compreensão do tema proposto, o Marco Teórico consiste em: turismo rural, a fim de abordar agroturismo, turismo rural na agricultura familiar, cooperativismo e associativismo, e turismo de base comunitária; e roteiros turísticos, versando aspectos do planejamento para aplicação em roteiros de turismo e rural e exemplificando cooperativas agrícolas que implantaram a atividade turística em suas propriedades e obtiveram experiências bem sucedidas.

A presente pesquisa possui caráter qualitativo, uma vez que o objeto de estudo é uma cooperativa situada no espaço rural, e envolve aspirações, motivos, valores, atitudes e percepções do território. Utilizou-se pesquisa bibliográfica e documental para construção do marco teórico. As coletas de dados foram realizadas a partir de observação assistemática e entrevista semi-estruturada, com o propósito de levantar características locais e informações necessárias para pesquisa. A análise de dados é realizada a partir da comparação entre os dados já obtidos e os dados adquiridos em campo, resultando em uma análise qualitativa e descritiva.

Esse diagnóstico possibilitou a realização de uma proposta de roteiro posteriormente.

Em consequência da pandemia do COVID-19 as visitas a campo foram impossibilitadas, logo das sete entrevistas somente duas ocorreram presencialmente, as outras cinco foram por meio de telefonema e mensagens. Essas foram essenciais para o resultado da pesquisa. A partir dessas foram identificadas as propriedades de cooperados interessados em constituir um roteiro local. Em conjunto foram definidas atividades possíveis para serem realizadas com os turistas em cada uma das propriedades, foram definidos também outros dois atrativos locais da comunidade compreendidos como locais de lazer. Esses em conjunto utilizados na elaboração do projeto “Roteiro turístico Copasol Cachoeira”, apresentado na última etapa da pesquisa.

2 MARCO TEÓRICO

Para nortear a pesquisa, neste primeiro capítulo encontra-se o debate acerca do turismo rural, seguido por suas subcategorias que conversam com o objetivo proposto, como agroturismo, turismo rural na agricultura familiar, cooperativismo e associativismo e por fim turismo de base comunitária. Na segunda e última parte os roteiros turísticos abordam aspectos necessários para o objetivo proposto, assim como aspectos do planejamento para aplicação em roteiros de turismo e rural e exemplos de cooperativas agrícolas que implantaram a atividade turística em suas propriedades e obtiveram experiências bem-sucedidas. Para finalizar o Marco Teórico é realizado um quadro síntese com o propósito de delimitar os principais conceitos abordados em cada tópico, assim como os autores que constituíram esse capítulo.

2.1 TURISMO RURAL

Texto Por ocorrência de diversos fatores, entre eles a crise do setor agrícola nos anos 1970¹, nasce no meio rural uma nova realidade que se caracteriza por diversos interesses, serviços e funções (SCHNEIDER, 2011). A principal mudança na agricultura brasileira foi a transição do complexo rural para o agroindustrial, decorrente da industrialização iniciada nos anos 1960 - essa que antes se caracterizava como um setor independente com seu próprio mercado se viu integrada ao restante da economia (SILVA, 1999). Na mesma época, o sistema¹ agropecuário passava pela Revolução Verde, responsável por introduzir fatores como melhoria genética de sementes, uso intensivo de adubos e defensivos químicos, e a utilização de máquinas e equipamentos (SILVA, 1997).

A partir das transformações geradas no setor agropecuário brasileiro, questões como grau de autonomia dos agricultores, relações de poder, valorização da agricultura familiar, forma de geração de renda e qualidade de vida no meio rural

¹ A partir da crise do modelo de produção fordista e do consumo de massa ocorre um processo de reestruturação capitalista da agricultura, gerando novos processos de descentralização industrial e logo mudanças no mercado de trabalho e gestão de processos produtivos (SCHNEIDER, 2011). Disponível em: <https://bityli.com/xSJ2a>.

vem sendo pensadas e debatidas e estimulam o surgimento das primeiras experiências de turismo rural no país. (SCHNEIDER, 2011).

Hoje o turismo rural está presente em todo Brasil, distribuído à grande extensão geográfica, adaptando-se às características locais decorrentes de diferentes heranças culturais (TULIK, 2010). Essas heranças, vindas de um processo de apropriação de território desigual, deixaram aspectos marcantes, tanto paisagísticos como culturais, e construíram um patrimônio diversificado, assim como experiências rurais variadas. Os diferentes ciclos econômicos, grandes responsáveis pela atribuição das características do turismo rural, podem ser exemplificados pelo ciclo do café e ciclo do gado. O ciclo do café, próprio da região sudeste, gerou patrimônios coloniais que até os dias de hoje acolhem turistas. Já o ciclo do gado, na região sul, deixa como marca o folclore e a rica gastronomia própria dessa região (RODRIGUES, 2000). No litoral do Paraná o Ciclo do Ouro originou vilas como Antonina, que mais tarde foi instituída como cidade e patrimônio histórico. O Ciclo do Tropeirismo também teve influência nessas, incorporando no linguajar paranaense inúmeros termos. Além dos ciclos extrativistas de erva-mate e madeira (PARANÁ, 2020).

Apesar das diferenças culturais da estrutura agrária, a atividade turística em sua maioria teve início em áreas economicamente deprimidas ou estagnadas por crises agrárias, e baseou-se em modelos europeus (TULIK, 2010). A primeira manifestação da existência de um turismo rural se deu na França em 1972, acredita-se que o modelo europeu inspirou-se nesse, e então o brasileiro no último (TULIK, 2010). No Brasil é consenso entre autores que a iniciativa pioneira foi lançada em Lages, no estado de Santa Catarina, em 1984, com o objetivo de criar uma alternativa turística aproveitando a estrutura existente nas fazendas e estâncias de criação de gado na zona rural de alguns de seus municípios (NOVAES, 1994). Esse fenômeno de exercer atividades além da agrícola não constitui uma novidade, estudos clássicos como os de Lênin e Chayanov se referiam aos “trabalhos acessórios” ou “outras atividades não agrícolas” como formas alternativas de obtenção de renda para os pequenos proprietários rurais e camponeses em geral desde o início do século XX (SCHNEIDER, 2003).

De acordo com Lênin (1980 apud SCHNEIDER, 2003), por conta da modernização da agricultura, as unidades camponesas familiares teriam que se "semi-proletarizar" para não serem eliminadas. Isso porque o trabalho assalariado

passaria a ser sua fonte principal de sobrevivência, enquanto os pequenos lotes de terra seriam voltados para o consumo doméstico. Com isso a agricultura familiar teria cada vez mais um caráter de multirenda. Já Chayanov caminha mais próximo a um conceito de pluriatividade, pois o trabalho fora da unidade produtiva seria uma compensação de períodos de queda nos preços da produção doméstica, como um complemento, e essa lógica explicaria a persistência da agricultura familiar no sistema capitalista (SCHNEIDER, 2003).

A noção atual de pluriatividade é entendida como um fenômeno social e econômico no qual membros de famílias rurais exercem diferentes atividades não agrícolas, mas mantendo moradia e ligação produtiva com a agricultura e vida no espaço rural (SCHNEIDER, 2003). Aqui, entende-se atividade agrícola quaisquer envolvendo o cultivo de organismos vivos (animais e vegetais) e gerenciamentos de processos resultantes da produção de alimentos, fibras e matérias-primas. Abarcando ainda as atividades para-agrícolas, referindo-se a indústria, serviços ou comércio, tarefas que beneficiam a produção agrícola e sua comercialização (EMBRAPA, 2018).

No Brasil José Graziano da Silva (2001) ainda pauta fenômenos que promoveram essa diversificação de atividades, como o desmonte da unidade produtiva - em que as atividades desse processo produtivo são terceirizadas; o crescimento do emprego qualificado no meio rural; crescentes especializações produtivas e formações de redes e melhorias de infraestrutura social e de lazer rurais.

Nesse sentido, o “novo rural brasileiro” não pode mais ser entendido como espaço exclusivo de produção agrícola, levando em consideração o novo ambiente social e econômico existente, tendo em vista que a pluriatividade tornou-se permanente nas unidades familiares rurais, sendo das novas atividades o turismo rural (SILVA, 2001).

Esse espaço rural tem sido foco de uma onda de valorização, conduzido por questões de preservação ambiental e cultural, e gerando um crescimento das atividades turísticas e de lazer. Essa demanda e valorização do espaço rural surge com o recuo de produção fordista, assim outras atribuições a função da agricultura são reforçadas, e abrem espaço para multifuncionalidade da agricultura e logo um turismo rural, permitindo uma revitalização e valorização do espaço. Outro aspecto do padrão fordista era a construção de viagens e turismo a partir de pacotes para

um consumo de massa, com o crescimento do poder de decisão dos clientes as escolhas se diversificam, surgindo novas possibilidades em torno do turismo e novas demandas (MARQUES e SILVEIRA, 2009).

Essa demanda turística sendo constituída por todos aqueles turistas que, de maneira individual ou coletiva, deslocam-se além de seu domicílio habitual, motivados pelos produtos ou serviços turísticos, a fim de satisfazer suas necessidades de lazer (BALANZÁ e NADAL, 2003). Uma das motivações apontadas de forma mais recorrente para explicar o fenômeno turístico consiste no desejo de conhecer outras culturas. No que se refere ao meio rural, onde a população é fortemente influenciada pelo processo de urbanização e globalização da cultura, emerge uma demanda do turista pelas manifestações típicas (FILIPPIM e HOFFMANN, 2005). O centro de interesse do turista que se desloca para áreas rurais está no conjunto constituído pela atividade produtiva, pela natureza e pelo modo de vida, que diferem da paisagem e do ritmo urbano (KRAHL, 2003). A valorização das práticas tradicionais e das características de um determinado lugar podem revitalizar o sentimento de orgulho em relação ao local onde se vive e onde as experiências de convivência foram realizadas (FILIPPIM e HOFFMANN, 2005).

Ressalta-se então que o turismo rural além de ser uma alternativa de diversificação de renda, não se fundamenta somente no aspecto econômico, mas envolve também dimensões sociais e culturais. Por ser visto como um fator de desenvolvimento, o turismo está adquirindo destaque em cenários do desenvolvimento regional, à medida em que ele aparece como uma alternativa de enfrentamento às adversidades econômicas, principalmente entre os agricultores familiares (ZANCHI et al, 2013). A atenção despertada para esse segmento e seu crescimento contribuíram para a produção de conteúdo sobre o mesmo, gerando debates sobre o turismo no espaço rural e diferentes abordagens conceituais e tipologias. Tipologias essas influenciadas pela segmentação da demanda (RODRIGUES, 2000).

Por conta da forte influência estrangeira na literatura sobre turismo rural, muitos dos conceitos não passaram por adaptações à realidade brasileira. Em razão dessa tentativa de classificação baseada em parâmetros europeu, ocorre uma imprecisão de conceitos e uma confusão acerca destes (CANDIOTTO, 2010). De acordo com o entendimento europeu, o turismo rural é uma expressão genérica e, portanto, qualquer forma de turismo inserida no meio rural é assim considerada.

Dessa forma, torna-se possível o aproveitamento do conjunto de componentes existentes nesse espaço e pode-se incluir elementos de outras formas de turismo alheias ao ambiente rural inserido (RODRIGUES, 2000).

Na realidade brasileira entende-se por consenso que turismo no espaço rural, "em áreas rurais" e "turismo no meio rural" possuem significado similar, sendo considerado qualquer forma de turismo que ocorre em área diferente de urbana (NITSCHKE, 2019). Isto é, representam uma categoria mais abrangente e refere-se à totalidade de movimentos turísticos que acontecem no meio rural (TULIK, 2010). Já o turismo rural representa atividades que existem por conta da ruralidade, que possuem vínculo direto ou indireto com a produção rural e outras características que definem a ruralidade (NITSCHKE, 2019).

A variedade conceitual é explicada por Tulik (2010) a partir do levantamento de algumas questões. Uma das questões trazidas pela autora, é o fato de que, pelo turismo não ser restrito aos acadêmicos da mesma área, há uma dificuldade de se estabelecer uma concepção científica homogênea. Outros pontos também são levantados, como a existência de diversas correntes de pensamento acerca do assunto e o fato de que a discussão acontece no meio acadêmico, em que a assimilação de novos paradigmas é lenta.

Há autores como Adyr Balastrieri Rodrigues (2000) que defendem a necessidade de outros fatores além do elemento geográfico de localização diferente de urbana, como o processo histórico de ocupação territorial; a estrutura fundiária; as características paisagísticas regionais; a estrutura agrária com destaque para as relações de trabalho desenvolvidas; as atividades econômicas atuais; as características da demanda e os tipos de empreendimentos. Isto é, o turismo rural estaria ligado diretamente as atividades agrárias passadas e presentes, diferenciando-se por conta do seu grau de naturalidade.

Almeida (1999, apud TULIK, 2010) separa a discussão acerca do turismo rural em duas tendências. A primeira utilizando o critério da porcentagem de rendimentos do turismo que beneficia a própria comunidade rural. Isto é, há uma distinção entre turismo rural e agroturismo quando temos os ganhos provenientes do turismo no espaço rural superiores aos da produção primária, e quando o turismo é complementar na geração de receita as atividades rurais. E a segunda, utilizando o critério baseado nos elementos constitutivos da oferta, tendo a cultura como destaque.

Ainda há autores brasileiros que julgam o turismo rural como uma modalidade mais restrita que o turismo no espaço rural, pois este sucederia atividades que se identificam com particularidades da vida rural tradicional. Rodrigues (2001) sugere dois grupos principais para classificação, de cunho histórico e de natureza contemporânea. O primeiro inclui o turismo rural tradicional e é subdividido de acordo com a origem. As de origem agrícola são aquelas propriedades que aquelas propriedades que historicamente se constituíram com produção agrária nos diferentes ciclos econômicos do país, como já citado os casos do gado e café. Já as de origem pecuarista, originadas principalmente da criação de gado utilizados como instrumento de ocupação territorial no início da colonização. Por fim, as de origem de colonização europeia, localizadas principalmente no sul e sudeste. O segundo grupo trata sobre o turismo rural contemporâneo e difere-se do primeiro por englobar equipamentos implantados recentemente como hotéis-fazenda, pousadas rurais, spas rurais, segunda residência campestre, campings e acampamentos rurais, turismo de caça e pesca, turismo rural místico ou religioso, turismo rural científico pedagógico e turismo rural etnográfico

Tulik (2010) passa a definir duas diferentes divisões baseadas em critérios de localização espacial, fundamentadas na motivação da demanda. Essas seriam turismo no espaço rural e seu oposto, turismo no espaço urbano. Então, ambas as separações poderiam abranger qualquer atividade turística, categorizada de acordo com a área de ocorrência.

Então o turismo rural pode ser caracterizado por alguns elementos, condições e aspectos que compõem essa paisagem rural, sua ruralidade e logo seus atrativos. Essa paisagem também é composta pelo ser humano, sua cultura, práticas sociais e de trabalho, sendo considerado um dos principais fatores de atratividade (KRAHL, 2003). KRAHL (2003) coloca que reconhecer essas características é fundamental para entender a diferença entre Turismo no espaço rural e Turismo rural. Sendo assim essas características são divididas em 6 tópicos, quanto a escala, localização, atividades agropecuárias, qualidade da paisagem, aspectos culturais e diversificação dos serviços de oferta. Quanto a escala é uma das principais características do turismo rural a pequena capacidade de atendimento simultâneo, permitindo atendimento personalizado e menos impacto ao meio que está inserido. Quanto a localização, o empreendimento geralmente está localizado em locais com uma certa harmonia, com paisagens típicas rurais que materializam o

imaginário do turista, se contrapondo ao meio urbano. Quanto as atividades agropecuárias, e o não abandono da manutenção das atividades produtivas tradicionais do local e suas práticas e costumes relacionados. Quanto a qualidade da paisagem, se subdividindo em três grupos, conservação dos recursos naturais (manutenção, preservação e recuperação da flora e fauna e aspectos paisagísticos); conservação das características arquitetônicas (utilização de materiais, equipamentos e serviços turísticos em harmonia com o meio rural) e cuidados com as instalações e lidas agropecuárias (a participação e observação das atividades típicas da propriedade sem descaracterizar seu processo). Quanto aos aspectos culturais, a conservação dos elementos tradicionais, sejam eles manifestações folclóricas, culinária, valores, modos de vida, elementos que remetem a história da região, etc. E por fim quanto a diversificação dos serviços oferecidos, o que é oferecido como atividade turística em função da produção e características locais. Assim percebe-se como característica principal a oferta ao turista de desfrutar das particularidades das propriedades rurais e da região inserida.

Entre os conceitos, nota-se a divergência e multiplicidade de uso dos termos. Em 2008 o turismo rural passa a ser considerado um segmento turístico no Brasil, e a partir de discussões e debates, o Ministério do Turismo (2010) define o turismo rural como um conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. Seguindo uma lógica de valorização de particularidades rurais, necessitando de uma ruralidade presente, seja ela pela prática agrícola ou representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida, considerados típicos de cada população rural. Ainda é colocada a necessidade de agregação de valor, isto é, atividades diárias de comunidades camponesas passam a ter valor turístico e logo comercial. E o resgate e promoção do patrimônio cultural e natural, estes como elementos da oferta turística, ou seja, incluir na experiência elementos de autenticidade cultural e prevalecer a conservação do ambiente inserido (MTUR, 2010).

De forma sucinta toda atividade turística que ocorre no meio rural pode ser chamada de turismo no espaço rural (TER), turismo no meio rural (TMR) ou turismo em áreas rurais (TAR), ou seja, em ambientes não-urbano (BRASIL, 2010). Já o

termo turismo rural é particular a atividades turísticas que apresentam características de ruralidade. Além das definições abordadas outras terminologias e classificações são utilizadas dentro do tema turismo rural, como agroturismo, turismo rural na agricultura familiar, turismo rural pedagógico, volunturismo rural, turismo cultural e turismo técnico, etc (NITSCHKE, 2019). Entre esses para o presente artigo trataremos com mais especificidade do agroturismo e turismo rural na agricultura familiar (TRAF).

2.1.1 Agroturismo

O agroturismo caracteriza-se como uma derivação do turismo rural, apresentando características parecidas, e se diferenciando pela interação efetiva entre o turista e a natureza e as atividades agrícolas, ou seja, pela vivência do turista nas propriedades (TULIK, 1993). Esse se refere a oferta de atividades turísticas ligadas à produção rural, permitindo que o turista participe e se insira na vida e na rotina da propriedade rural visitada (NITSCHKE, 2019). O surgimento do agroturismo se deu nos anos 1960 na Europa com diferentes denominações e características. Mas foi na Itália em que o turismo rural mais se desenvolveu, lhe atribuindo um nome. Porém esse é exceção em conceitos, pois em geral o agroturismo italiano está correlacionado à natureza, à autêntica culinária regional, ao esporte e à cultura de forma geral e genérica (GIL, 1994 et al TULIK, 2010).

Na prática outros tipos de turismo rural assimilaram as características do agroturismo e assim como aconteceu em outros países, o agroturismo brasileiro perdeu algumas de suas características originais. Essas conforme experiências europeias além de seu caráter de desenvolvimento integrado a propriedades rurais ativas, da organização e gestão familiar, do caráter de renda complementar; presumia-se o contato direto do turista com o meio rural, alojamento na propriedade e participação das atividades rotineiras (TULIK, 2010)

Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (2000) apresentam uma definição do agroturismo no Brasil, entende-se o agroturismo como o conjunto de atividades internas a propriedade que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, essas que devem continuar a fazer parte do cotidiano da propriedade, mesmo que em menor intensidade. Isso é, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços e bens não materiais, como paisagem e ar puro,

a partir do tempo livre das famílias agrícolas, podendo ter eventuais contratações de mão de obra externa. São exemplos de atividades associadas ao agroturismo aquelas atividades de lazer associadas a recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo (SILVA, VILARINHO e DALE, 1998). Esse movimento reconhece a valorização das diversas funções da agricultura, associado a preservação tanto do patrimônio cultural, desde gastronômico, folclórico, arquitetônico e paisagístico, até o patrimônio natural, solos, água e biodiversidade. Esse fenômeno de valorização que permite considerar o agroturismo como favorecedor de novas oportunidades para reforçar o reconhecimento de diferentes papéis da agricultura familiar (MARQUES E LACERDA, 2004)

Portuguez (1999, et al TULIK) em um estudo sobre municípios em Espírito Santo aponta que em algumas propriedades as visitas não incluem pernoite. Adicionando ao conceito a possibilidade do turista excursionista -visitantes temporários que permaneçam menos de 24 horas no local visitado. Mesmo que por um curto período é possível se integrar a atmosfera da vida local e seus hábitos. Ainda Portuguez (1999 et al NITSCHKE, 2019) defende que o agroturismo no Brasil teve início neste mesmo estado.

Outros autores como Beni (2002) define agroturismo como o deslocamento de pessoas a espaços rurais para proveito de cenários e observações, vivências e participações em atividades agrícolas, podendo ser roteiros programados ou espontâneos, com pernoite ou sem. Reforçando que essas atividades agropastoris além de servir como atrativo principal e incentivar o turista é a renda primária da propriedade. Sob este ponto de vista o agroturismo pode ser percebido como um estímulo para o aumento da produtividade. Destaca-se dois aspectos principais na diferenciação do agroturismo para o turismo rural. Sendo o primeiro a produção em escala econômica como representante da maior fonte de rendimento da propriedade em questão, e o turismo como uma receita complementar, considerando o caráter multifuncional da agricultura. E o segundo, que essas atividades fonte de renda representam o diferencial turístico, proporcionando para o turista uma experiência autêntica de vida no campo. Levando em consideração a capacidade das atividades sem que comprometa a quantidade e qualidade do produto, para que não haja interferência na relação de trabalho e provoque atrasos ou danos nos bens produzidos (BENI, 2003).

Marques e Lacerda (2004) propõem uma análise sobre os impactos em torno da implementação de empreendimentos turísticos, avaliando o grau de reconhecimento de papéis econômicos, sociais, culturais e ambientais desempenhados pela população local, a fim de caracterizar o turismo realizado. Isso porque muitos projetos turísticos utilizam do espaço rural apenas como base física para realização de atividades, com pouca ou nenhuma relação com o cotidiano das populações locais.

Entendendo então o agroturismo como uma oportunidade de experiência de revitalização rural, as mudanças provocadas têm capacidade para estimular uma reorganização de atividades nas unidades de produção, visando a implantação de novos serviços voltados tanto a atividade turística como a produção agrícola (MARQUES et al, 2008).

2.1.2 Turismo rural na agricultura familiar (TRAF)

O turismo rural na agricultura familiar, mais conhecido como TRAF, é a atividade turística que se desenvolve na unidade de produção de agricultores familiares, mantendo as atividades econômicas típicas e favoráveis ao patrimônio cultural e natural local, valorizando, respeitando e compartilhando seu modo de vida, a fim de ofertar produtos e serviços de qualidade aos envolvidos (SILVA, 1998).

É considerado agricultor familiar, de acordo com a Lei 11.326, de 24 de julho de 2006, aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente quatro requisitos. O primeiro, não deter área maior do que quatro módulos fiscais² - Unidade de medida expressa em hectares. O segundo a utilização de mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do empreendimento/estabelecimento. O terceiro ter percentual mínimo de renda familiar originada de atividades econômicas vinculadas a esse mesmo empreendimento/estabelecimento (Lei nº 11.326, de julho de 2006), antes de sua mudança era necessário que a renda familiar fosse predominantemente originada das atividades vinculadas ao empreendimento/estabelecimento. E o quarto e último, dirigir com sua família o empreendimento/estabelecimento. Logo a principal diferença entre o Agroturismo e

² Em Antonina um módulo fiscal corresponde a 16 hectares, sendo 4 módulos 64 há. Considerando um hectare equivalente a 10.000m². Disponível em: <<http://www.iap.pr.gov.br/arquivos/File/Car/ModulosfiscaisPR.pdf>>.

o TRAF faz referência aos requisitos da lei 11.326 percorridos anteriormente (BRASIL, 2010). Sendo então o TRAF mais específico que o agroturismo (NITSCHÉ, 2019).

O turismo rural na agricultura familiar teve sua origem a partir de iniciativas de órgãos de extensão rural que buscavam diversificar as atividades da agricultura familiar, nos anos 2000 (NITSCHÉ, 2019). Pela forte presença da agricultura familiar no meio rural brasileiro e o aumento expressivo de empreendimentos e atividades turísticas vinculadas a esse, surgiu um movimento social que expressa o caráter político da categoria em torno desse tipo de turismo, e logo a necessidade política de valorização da forma de organização da produção por agricultores familiares (BRASIL, 2010).

A partir de 2003 o antigo Ministério do Desenvolvimento Agrário (Depois de 2016 passou a ser Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário) passou a formular políticas de apoio ao turismo rural na agricultura familiar (NITSCHÉ, 2019). Desde então o TRAF vem sendo trabalhado pelo Ministério do Turismo em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário, no apoio a estruturação de roteiros que contemplem a agricultura familiar e a inserção de produtos nessa e no mercado turístico (BRASIL, 2010), através do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF) que consiste em um incremento dentro do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) para estimular o desenvolvimento rural através de atividades turísticas. O que se pretende é trabalhar de forma integrada, utilizando da atividade turística no meio rural como fator de mobilização nacional para proporcionar retorno financeiro e melhores condições de vida aos produtores, famílias e comunidades rurais (BRASIL, 2004). O programa nacional conta com o auxílio da Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar (Rede TRAF) (RODRIGUES, 2010). A Rede TRAF foi formada também em 2003 e é composta por instituições governamentais e não governamentais, técnicos e representantes de agricultores (NITSCHÉ, 2012 et al NITSCHÉ, 2019). O processo associativo para estimular o desenvolvimento rural através do turismo é uma das condutas estimuladas pela Rede TRAF (RODRIGUES, 2010).

As atividades realizadas pelos Ministérios são pautadas e legitimadas a partir de princípios, esses sendo: um turismo ambientalmente correto e socialmente justo; incentivo a diversificação da produção e comercialização direta de produtos locais; valorização e resgate do artesanato regional, da cultura e eventos rurais;

contribuição para revitalização do território rural e autoestima do agricultor; ser desenvolvido preferencialmente de forma associativa e organizada no território; representar complemento às demais atividades de produção; proporcionar a convivência entre os visitantes e a família rural e por fim estimular as atividades produtivas com enfoque no sistema agroecológico (BRASIL, et al NITSCHE, 2019).

O Ministério do Turismo (2004) ainda coloca possibilidades de atividades a serem desenvolvidas nas propriedades onde a interação turista/meio é relevante, como demonstração de processos produtivos (com explicações e participação do visitante); oferta da produção rural; oferta e produção de artesanato; atividades de cunho educacional e ambiental (promovendo conservação e preservação de áreas naturais); atividades consideradas recreativas (passeio a cavalo, pesca, banhos em rio); alimentação e culinária local; hospedagem rústica e utilização do entorno (festas e outros atrativos).

Economicamente, a inserção da atividade turística na agricultura familiar possibilita o aumento de renda, além da comercialização direta de produtos para o turista. Gerando benefícios sociais que refletem na dinamização da cultural rural, e na necessidade de os agricultores manterem sua identidade. Esses resgates de valores e costumes que se transformam em atrativos típicos que podem ser usados como marcas locais interessantes para o turismo (MTUR, 20014). Dentro dessas perspectivas o turismo rural vem se destacando como atividade valorativa no meio rural, a produção caracterizada pelo trabalho familiar na exploração agropecuária representa interesse aos turistas, elevando a autoestima das comunidades rurais e potencializando o desenvolvimento de localidades através de atividades turísticas (SILVA e HILLING, 2010). Para desenvolvimento da atividade é preciso articular a integração de aspectos do ambiente, cultura e as comunidades receptoras, com vistas ao crescimento em longo prazo da atividade turística (ALMEIDA e RIEDL, 2000).

Com o empoderamento de atores locais em relação a tomada de decisão, gestão compartilhada e ganho coletivo, a atividade turística e seu processo de comercialização ao público torna-se mais fácil. A valorização de atividades comerciais associadas a identidades locais se apresenta como impulsionador da atividade turística (MILKE e SILVA, 2017). Para o agricultor familiar, a cooperação como forma de associativismo representa também uma segurança econômica, uma

vez que beneficia diretamente os associados e favorece a comercialização de produtos, como o turismo (LAUSCHNER, 1994).

2.1.2.1 Associativismo

Para o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), o associativismo é um meio de organizar grupos de interesse econômico, autossustentável, buscando atender à necessidade, unindo esforços, para realizar objetivos comuns. É um grupo de duas ou mais pessoas que juntos defendem objetivos comuns, tanto de uma comunidade como de um setor econômico. De acordo com a Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002, trata-se de uma organização de direito privado, sem fins econômicos, cujo o patrimônio é constituído pela contribuição dos seus associados, doações ou outras formas de recursos permitidos por lei (BRASIL, 2019). Para o Ministério da Agricultura do Brasil, o associativismo representa uma alternativa de viabilização das atividades econômicas, possibilitando aos trabalhadores e pequenos proprietários um caminho efetivo para participar do mercado em melhores condições de concorrência (BRASIL, 2016). As associações têm como princípios gerais a adesão livre e voluntária; a gestão democrática; participação econômica dos sócios; autonomia e independência; acesso à educação, formação e informação; desenvolvimento da comunidade; e atuação sem fins lucrativos, sendo o patrimônio social (BRASIL, 2019).

É importante destacar que associativismo e cooperativismo não se confundem. Em verdade, o associativismo abrange diferentes modalidades de organização coletiva, como o cooperativismo (MIECOANSKI e PALAVECINI, 2019). As associações ainda podem prestar serviços relativos a seu objetivo social, viabilizando assistência técnica, cultural e educativa, promovendo uma assistência social e defesa de interesses de classe, sendo indicadas para levar adiante uma atividade social, enquanto as cooperativas têm objetivos econômicos, sendo indicadas para desenvolver atividades comerciais de forma coletiva (SEBRAE, 2019).

O associativismo no meio rural, visando o turismo, teve seu início na França, em 1950 e buscava a ação coletiva para promover a preservação do habitat rural. Já em 1987, foi criada a Associação Accueil Paysan (Acolhida na Colônia), responsável por elaborar uma metodologia associativa abordando uma forma diferente de

acolhida ao turista; com a produção agrícola específica, valorizando o produto orgânico; a solidariedade entre os agricultores; a sustentabilidade; o engajamento social; a valorização do território; e o meio ambiente. Essas propostas foram adotadas em diversos países, incluindo o Brasil (BRAMBATTI e NITSCHKE, 2018). A Associação ainda considerava o associativismo um movimento popular de gestão coletiva, com objetivo do desenvolvimento humano e dos territórios, sustentável em termos econômicos e culturais (PAYSAN, 2016 apud BRAMBATTI e NITSCHKE, 2018).

O modelo chegou ao Brasil em 1993, constituindo em 1999 a Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia, em parceria formal com a original francesa, ambas atuantes até hoje. Em contrapartida, outro modelo internacional de associativismo para o turismo se instalou no Rio Grande do Sul, Paraná e Espírito Santo, a partir de 1990. Os chamados Pró-Locos se organizavam desde o final do século XIX. Inicialmente eram voluntários voltados para o socorro de forasteiros e caminhantes de montanha e, nos dias de hoje, são associações de acolhimento de turistas (PRO LOCO, 2016 apud BRAMBATTI e NITSCHKE, 2018).

Considerando a importância da formação de associações para auxiliar no desenvolvimento das populações rurais, a criação destas concede aos pequenos agricultores um mecanismo que auxilia no desempenho para competição de mercado. A participação se mostra como uma alavanca. A troca de experiências e a utilização de uma estrutura comum permitem a exploração do potencial de cada um, conseguindo maior retorno financeiro (BRASIL, 2012). O associativismo se transforma em instrumento gestor de estratégias não só para o turismo, mas para o território, incidindo sobre o desenvolvimento local (BRAMBATTI e NITSCHKE, 2018).

2.1.2.2 Cooperativismo

A primeira cooperativa datada foi criada em 1844, ano considerado marco para o movimento cooperativista. A partir dos ideais de Robert Owen, um pequeno grupo de trabalhadores industriais fundou a primeira cooperativa de consumo, denominada “A Sociedade dos Pioneiros Equitativos”, em Rochdale, Inglaterra. A sociedade que se iniciou com 28 sócios, em 1848 já contava com 390 participantes, marcando seu sucesso. Na França, a situação foi parecida. Por conta da Revolução

Industrial, as cooperativas formadas eram em sua maioria de produção (SINGER, 2002).

Esse movimento despertou o interesse e atenção de outros trabalhadores, estudiosos, governos e políticos, uma vez que o sucesso da cooperativa demonstrava a capacidade de uma organização social de preencher lacunas provocadas por diversas escassezes do período (MENEZES, 2005). No início de 1900, o número de cooperados a diversas novas cooperativas chegava a 1.707 milhão (SINGER, 2002).

Em 1895, foi criada a Aliança Cooperativa Internacional (ACI), cujos objetivos principais eram: influir cooperativamente sobre as políticas governamentais e legislações nacionais; ajudar o desenvolvimento institucional das cooperativas em nível nacional, reformando-o e/ou ajudando a criar organizações nacionais de cúpula para orientar as cooperativas; concentrar-se no desenvolvimento dos recursos humanos, em nível nacional e regional; e mobilizar recursos, estimular agências de desenvolvimento para suporte das cooperativas e coordenar movimentos de assistência às cooperativas (PINHO, 2004 apud BARBOSA, 2008). Em 1995, a ACI atualizou seus princípios fundamentais, sendo eles sete: (i) adesão voluntária e livre, ou seja, as cooperativas são abertas para participação de todos, sem discriminações de gênero, etnia, classe social, opção religiosa ou política; (ii) gestão democrática, que deve ser controlada pelos cooperados com direito ao voto; (iii) participação econômica dos membros e contribuição dos cooperados para o capital das cooperativas, decidido em assembleia geral; (iv) autonomia e independência, nesse sentido, entende que a cooperativa é uma empresa autônoma controlada pelos cooperados; (v) educação, formação e informação dos associados e do público em geral sobre as vantagens do cooperativismo; (vi) Inter cooperação, e entende que as cooperativas devem manter intercâmbio entre si, em nível local, regional, nacional e internacional; (vii) preocupação com a comunidade: as cooperativas trabalham para o bem-estar da comunidade, mediante projetos aprovados por seus membros (SINGER, 2002). Princípios esses adotados pela cartilha “Cooperativismo: série empreendimento coletivos” do SEBRAE (2008).

No Brasil, o cooperativismo teve início no começo do século XX, chegando através de imigrantes europeus, e tendo sua expansão na zona rural por meio do êxito (SINGER, 2002). Em 1969, a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), órgão máximo de representação das cooperativas no Brasil, foi criada. Já em 1998,

foi instituído o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP), que tem como objetivo principal o ensino de formação profissional e a promoção social dos trabalhadores e dos cooperados, em todo território nacional (MENEZES, 2005). E em 2005 a UNICAFES (União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária) é fundada com o objetivo de representar o cooperativismo solidário em relação agricultura familiar e outras categorias, visando desenvolvimento sustentável nas ações de apoio a associados (UNICAFES, 2021).

Nos anos seguintes o cooperativismo brasileiro passou por uma internacionalização, e em 2003 a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) incentivou a inclusão da população de baixa renda, através de políticas públicas de inclusão e a expansão do microcrédito cooperativo (PINHO, 2004 apud BARBOSA, 2008). Atualmente, é regulamentada pelo Conselho Nacional de Cooperativismo, órgão do Ministério da Agricultura. Contudo, a formação de cooperativas é regulamentada por meio de lei desde 1907. Hoje conta também com uma instituição financeira especial, o Banco Nacional de Crédito Cooperativo (BARBOSA, 2008).

A prática cooperativa brasileira foi estimulada por dois pontos principais: o estímulo do Poder Público e a promulgação do decreto básico do cooperativismo brasileiro, em 1932. O primeiro identifica o Poder Público como um instrumento de reestruturação das atividades agrícolas. No que diz respeito ao segundo, o Decreto n. 22.239 de 1932, passa a definir melhor as especificidades da atividade. Até 2011, no Brasil havia 6.586 cooperativas com cerca de 10 milhões de associados (SEBRAE, 2014).

A partir da análise histórica, percebe-se que desde o princípio o cooperativismo ocorre em um contexto social marcado pela luta de trabalhadores organizados a fim do bem-estar do grupo que está inserido (SINGER, 2002). Sendo assim, Sandroni (1996) entende o cooperativismo como uma doutrina que tem como principal objetivo a solução de problemas sociais através da criação de comunidades de cooperação. Essas comunidades são formadas por indivíduos que se encarregaram tanto da gestão como produção, dividindo igualmente os bens produzidos em comum. Logo, a cooperativa é uma empresa formada e dirigida por uma associação de usuários, reunidos com direitos igualitários, com o objetivo de desenvolver uma atividade econômica ou prestar serviços comuns, eliminando os intermediários (SANDRONI, 1996). De acordo com a OCB (Organização das

Cooperativas Brasileiras), define-se cooperativa como uma sociedade de pelo menos 20 pessoas físicas unidas pela cooperação e ajuda mútuas, cujos aspectos legais e doutrinários são distintos das outras sociedades (OCB, 1998).

As raízes do cooperativismo no Estado do Paraná se originam dos esforços das comunidades de imigrantes e da necessidade de organizar suas estruturas sociais, essas realizadas através de sociedades cooperativistas e associações. No Paraná, várias regiões tiveram seu desenvolvimento a partir de correntes imigratórias, de alemães, holandeses, ucranianos, poloneses, italianos e japoneses, que fundaram diversas colônias no interior. Entre as diversas experiências importantes, há que se falar em Carambeí, fundada por holandeses, em 1911. Mais tarde, em 1925, fundaram a “Sociedade Cooperativa Holandesa de Laticínios Batavo” considerada uma cooperativa exemplar e a mais antiga ainda em atuação no estado. Hoje, eles representam uma das colônias mais prósperas de imigrantes (MIELKE, 2010).

Esses movimentos migratórios impulsionaram o cooperativismo estadual e geraram experiências bem-sucedidas de cooperativas, como Witmarsum em Palmeira; Agrária em Entre Rios; Camp em Prudentópolis; Batavo em Carambeí; Castrolanda em Castro; e outras, hoje consideradas comunidades urbanizadas, economicamente prósperas e socialmente integradas (MIELKE, 2010). Comunidades essas discutidas mais à frente do trabalho.

Entende-se pela história do cooperativismo que as organizações foram surgindo com propósitos específicos. É importante ressaltar que não foi diferente em relação ao turismo. Em 2002, foi criado o Programa de Turismo Rural Cooperativo, uma iniciativa entre a Organização das Cooperativas do Brasil/Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo - OCB/SESCOOP e o Ministério do Turismo, com o propósito de estimular a criação de cooperativas e associações a fim de que estas implantassem o turismo rural em suas comunidades (BARBOSA, 2008).

2.1.2.3 Exemplos de cooperativas agrícolas com atividade turística

O turismo no Brasil com base em organizações cooperativas está ligada a ações do Sescop (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo), considerando o turismo rural como uma possibilidade de agregação de renda em

comunidades rurais, decidiu-se investir na implementação de um modelo de turismo baseado em sua organização social e seus empreendedores (SESCOOP, 2002).

As ações do trabalho realizado em âmbito nacional viabilizaram a implantação do “Programa de Turismo Rural Cooperativo” que tinha como foco o desenvolvimento de ações em pequenas propriedades de comunidades rurais que apresentassem potencialidades, a fim de gerar renda complementar e incentivar os agricultores a se manterem no campo, evitando parte do êxodo rural (MIELKE et al 2008; SESCOOP, 2002).

No Paraná o projeto piloto foi aplicado na Comunidade Menonita de Witmarsum situada no município de Palmeira. Após seu êxito foi expandido para outras comunidades de imigrantes, como Castrolanda em Castro e outras 4 comunidades de imigrantes. Que posteriormente integraram a primeira cooperativa de turismo do Brasil, a Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) (MIELKE et al 2008). Juntos constituíram a Rota dos Imigrantes, divididas em duas rotas étnicas, Rota Eslavo Germânica (Witmarsum, Camp e Entre Rios), e a Rota Holandesa (Castrolanda, Batavo e Capal) (SETTI, 2011 apud SOARES e SAHR, 2015). Para o presente trabalho se analisará uma cooperativa de cada rota, Witmarsum e Castrolanda.

Vale ressaltar o papel das cooperativas de produção, que desenvolvem atividades de agricultura e pecuária, o que representou um atrativo para a atividade turística. Uma vez que o objetivo central da Cooptur era a estruturação e promoção do turismo, onde os visitantes entraram em contato com a cultura, a culinária, o artesanato, o trabalho e as paisagens onde vivem os imigrantes (SETTI, 2011 apud SOARES e SAHR, 2015).

2.1.2.3.1 Witmarsum

A colônia de Witmarsum foi idealizada e habitada por um grupo etno-religioso menonita³, ela está localizada a 60km da capital do Paraná, Curitiba, na região dos Campos gerais no município de Palmeira. Na comunidade vivem cerca de 300 famílias, contabilizando em média 2000 pessoas, que migraram para o Brasil entre

³ Grupo sócio religioso que provem do movimento anabatista da época da reforma protestante. Apesar de serem de origem holandesa, os menonitas adquiriram cultura alemã pela longa permanência na região de Dantzig, de onde migraram para Ucrânia e Rússia no século XVIII.

1930 e 1932, esses que primeiro se instalaram em Santa Catarina buscaram um novo espaço em Palmeira por conta da crise da agricultura em Santa Catarina em 1951 e pela semelhança com o relevo da Alemanha, país que passaram antes de chegar ao Brasil (WITMARSUM COOPERATIVA, 2015). A partir disso 60 famílias se fixaram na então fazenda Cancela e direcionaram seu trabalho na agricultura e pecuária, sendo o plantio de soja, trigo, criação de gado leiteiro e frango de corte suas principais atividades econômicas (ACPMW, 2001).

Os primeiros empreendimentos turísticos ocorreram na década de 1990 e início dos anos 2000, no ramo de alimentos e bebidas (cafés coloniais) e hotelaria (pousadas) (SOARES e SAHR, 2015). Inicialmente a beleza cênica da paisagem local que atraía visitantes a comunidade, os espaços mais frequentados eram os que ofereciam produtos coloniais alimentícios (HAMM, 2012 apud SOARES e SAHR, 2015).

Os empreendimentos turísticos na comunidade de iniciaram com ações locais e individuais, gradativamente o turismo começa a se apresentar como uma alternativa de atividade econômica, agregando renda as atividades tradicionais já existentes na comunidade, passando a se tornar parte do cotidiano dessa. A partir do projeto piloto é ofertada capacitação, alinhando a comunidade com os princípios do turismo. Motivando o surgimento de outros elementos e equipamentos que complementam a estrutura turística. Além dos cafés e hotéis surgem novas pousadas, lojas de artesanato, atrativos como o museu, eventos e outros (SOARES e SAHR, 2015). Outro fator que explica o crescimento turístico é a integração turística tanto na oferta de diferentes atividades, na organização, na criação e na divulgação integrada de atrativos da comunidade. O processo participativo e cooperativo envolvendo ações referentes ao turismo exerciam manutenção da coesão social e das relações de confiança entre os proprietários de empreendimentos turísticos da comunidade (PHILIPPSEN, 2015 apud SOARES e SAHR, 2015).

A Cooptur teve grande influência do desenvolvimento turístico de Witmarsum, desde 2004 ela apresenta diretrizes, cursos e avaliações a serem seguidas, proporcionando padrões de qualidade e melhoria no atendimento aos visitantes. Além de apoiar os empreendimentos locais com atração e direcionamento de demanda turística (PHILIPPSEN, 2015 apud SOARES e SAHR, 2015).

A Colônia Witmarsum é um destino cada vez mais procurado por visitantes, o interesse é fruto de um conjunto de ações que vêm sendo desenvolvidas. Hoje o turismo apresenta impactos positivos dentro da colônia, movimentando a economia local, trazendo uma renda extra para a comunidade (HAMM, 2013 apud ROCETIM, 2013). Um elemento central no desenvolvimento turístico pode ser atribuído ao trabalho coletivo previamente existente na comunidade, considerando a ação coletiva presente em grande parte da organização inicial da atividade turística, fazendo com que a comunidade crescesse e se apresentasse cada vez mais atrativa a esta. Os empreendedores locais tiveram papel fundamental também, uma vez que foram melhorando gradativamente seus produtos e criando novas alternativas para os que visitam a comunidade (SOARES e SAHR, 2015).

2.1.2.3.2 Castrolanda

A comunidade Castrolanda está localizada no município de Castro, Paraná, também na região dos Campos Gerais, a 159 km da capital do estado, Curitiba. Seus imigrantes chegaram ao Brasil entre os anos de 1951 e 1954 da Holanda, junto a eles vieram gado leiteiro, tratores, implementos e equipamentos para uma indústria de laticínios, a fim de estruturar uma atividade para geração de emprego e renda. Além na fabricação de leite a comunidade investiu em pecuária e produção de grãos, representando hoje uma das maiores cooperativas agrícolas do país (CASTROLANDA, 2018).

O nome que representa a união do nome do município de Castro ao País de origem mantém viva suas tradições reafirmadas por meio da arquitetura típica, do grupo folclórico, gastronomia, língua, entre outros (MIELKE, 2010). A réplica de um moinho de vento que hoje abriga o Memorial da Imigração Holandesa é um marco da presença dos imigrantes no local. A comunidade, que possui um conselho de turismo formado pelas pessoas com vínculo a atividade, passou a desenvolver o turismo com a inauguração do museu, que desperta curiosidade a localidade (FARIAS et al, 2018). A presença de uma nova etnia e novos costumes que continuam a ser cultivados de geração a geração, podem ser utilizados a favor da atividade turística, pois geram interesse daqueles que não conhecem (BALDISSERA et al, 2014).

As decisões que envolvem o turismo se dão a partir dos interesses coletivos de maneira participativa, representados pela Associação de Moradores e Conselho de Turismo, o monitoramento dos elementos públicos da comunidade é realizado pelo conselho, que interfere sobre as ações dos empreendimentos somente quando ocorre algo que possa afetar o interesse de toda comunidade (SOARES et al, 2017).

Ronald Rabbers (2018), cooperado e membro do comitê de bovinocultores defende que produtores visitam a propriedade para ver a indústria do Agroleite, o que acaba despertando interesse em conhecer os Campos Gerais, gerando riquezas no comércio local, o que estimula a criação de eventos rurais. Em 2018 Castrolanda foi certificada como a “Embaixadora do Turismo dos Campos Gerais do Paraná”, promovido pelo Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais (ADETUR), Sebrae e Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa (FUMTUR). A cooperativa também foi homenageada na categoria de eventos, devido à realização do evento Agroleite, e também na categoria investimento turístico, reconhecendo o apoio para a concretização do Centro Cultural Castrolanda (CASTROLANDA, 2018).

2.1.3 Turismo de base comunitária (TBC)

O turismo de base comunitária (TBC), também conhecido como turismo comunitário, se baseia em um modelo de desenvolvimento turístico focado nos recursos endógenos, da própria localidade, sejam eles humanos, naturais ou de infraestrutura (COSTA, 2013). E por consequência seu objetivo principal é o protagonismo das comunidades receptoras na gestão e oferta de bens e serviços turísticos (COSTA, 2013). Neste sentido, os protagonistas dos destinos são sujeitos e não objetos do processo (IRVING, 2009).

Por muitos anos o TBC foi considerado como um modelo distante da realidade e tendências nacionais e internacionais, gerando poucas pesquisas e investigações sobre este (IRVING, 2009). Essa realidade persiste até a década de 1990, quando um movimento de pesquisadores demonstrou a demanda existente, viabilizando a formação de redes não formais de pesquisas (IRVING, 2009). Há autores como Blackstock (2005) que ainda consideram a literatura do TBC irrealista,

necessitando de debates a fim de aproximar seus fundamentos teóricos das iniciativas existentes (FABRINO et al, 2016).

Irving (2009) ainda descreve um novo olhar sobre o TBC, ocorrido a partir uma série de fatores convergentes surgidos em âmbito nacional e internacional. O primeiro sendo a interpretação política do turismo como uma alternativa para a inclusão social. O fortalecimento de temas como a participação social e a governança democrática. A existência do capital social e o compromisso de “*stakeholder engagement*”⁴ como elementos fundamentais nas ações empreendidas. A inclusão do turismo nas pautas de ONGs de alcance internacional, associado a temáticas sociais e ambientais. A mudança sutil no perfil dos turistas, agora mais comprometidos com a responsabilidade social e ambiental. A exigência de novas demandas na seara do planejamento, fruto da constatação de que o desenvolvimento do turismo, por vezes, não favorece as populações locais, contribuindo para a exclusão social. E por fim a emergência dos debates sobre o “turismo e sustentabilidade” (IRVING, 2009). Nesse sentido a partir dessas, o TBC passa da periferia para o centro das discussões, transgredindo a academia e ingressando em um universo político e publicitário (FABRINO, 2013).

Na tentativa de conceituação do turismo de base comunitária, Coriolano (2009) define como aquele em que as comunidades de forma associativa organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle real das atividades econômicas associadas à exploração do turismo. A Rede Brasileira de Turismo Comunitário (TURISOL) define a atividade como:

Toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade do território e da autogestão dos recursos comunitários e particulares com práticas democráticas e solidárias no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados através da prestação de serviços visando o encontro cultural com os visitantes.

De forma que delimite os modelos de gestão e distribuição de benefícios advindos da atividade, a Rede ainda coloca que o TBC não é somente geração de renda, mas também como uma oportunidade para aperfeiçoar a organização comunitária, assim como um modo de preservar o patrimônio natural, cultural e as

⁴ Pessoas, grupos de pessoas ou entidades que participam ou influenciam o projeto, de maneira direta ou indireta, com interesses em sua evolução ou quando são afetadas por seus resultados (ORTH, 2009 apud CHAVES et al, 2013).

formas de vida tradicionais das comunidades e do seu território (TURISOL apud FABRINO 2013).

Irving (2009) delimita elementos centrais da atividade, a base endógena da iniciativa e desenvolvimento local; a participação e protagonismo social no planejamento, implementação e avaliação de projetos turísticos; a escala limitada e impactos sociais e ambientais controlados; a geração de benefícios diretos à população local; a afirmação cultural e interculturalidade; e o compartilhamento e aprendizagem mútua entre o turista e os atores locais. Outros autores defendem que o turismo comunitário deve dividir os benefícios vindos da atividade turística entre os membros da comunidade, uma vez que a geração de benefícios diretos para as comunidades receptoras é uma das características principais do TBC (MALDONADO, 2009). Podendo também ser associado e pautado nas práticas da economia solidária e seus princípios de autogestão, democracia, participação, cooperação e distribuição igualitária (SINGER, 2002).

Para Sansolo e Bursztyn (2009) o TBC não representa somente um segmento de mercado, mas sim a possibilidade de um novo paradigma para o turismo, o retorno da atividade não se limita a benefícios econômicos, mas contribui também para um processo de revalorização da identidade cultural, para a manutenção do modo de vida das populações tradicionais e para a conservação ambiental. Nessa atividade o turismo não é voltado ao consumo, e sim a troca de experiências e valorização cultural, as ofertas de serviços estão intrinsecamente ligadas aos valores locais, vinculados a atividades que dizem respeito a sustentabilidade socioambiental (CORIOLANO, 2003). A grande distinção do TBC para o turismo convencional é a dimensão humana e cultural, através da comunicação e encontros interculturais entre visitantes e residentes, gerando aprendizado e conhecimento da vivência das comunidades (MALDONADO, 2009).

Coriolano (2009) relaciona outros cinco princípios que orientam a atividade. O Princípio das necessidades sentidas, isto é, as iniciativas de trabalho nas comunidades devem partir das necessidades sentidas pela própria população. O princípio da participação, havendo envolvimento profundo da população residente. Princípio da cooperação, a necessidade de buscar parcerias com setores públicos e privados. Princípio da auto sustentação, os processos econômicos e sociais devem ser passíveis de gestão, manutenção e controle comunitários. E princípio da

universalidade, o sucesso da atividade é devido à população na sua totalidade, e não apenas de pequenos grupos.

De modo geral, o turismo de base comunitária é caracterizado pela participação da comunidade no processo da atividade turística, contribuindo para a valorização da identidade local e conservação do território nos aspectos econômico, ambiental, cultural e social (CORIOLANO, 2009). A partir dessa discussão o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) traça como princípios comuns ao TBC a autogestão; o associativismo e cooperativismo; a democratização de oportunidades e benefícios; a centralidade da colaboração, parceria e participação; a valorização da cultura local e, principalmente, o protagonismo das comunidades locais na gestão da atividade e oferta de serviços.

Pela atividade ser desenvolvida pelos próprios moradores, que passam a ser os articuladores e construtores da cadeia produtiva de forma que o lucro fica dentro da comunidade, tem-se expectativas de melhoria de qualidade de vida (CORIOLANO, 2009). Espera-se então que o TBC estimule o desenvolvimento local, fazendo com que comunidades vejam o turismo como uma ferramenta para o desenvolvimento comunitário. Contudo, Lima (2002 apud FABRINO et al, 2016) coloca que existe um caráter potencial, e não automático. Isso pois o turismo faz parte de um sistema local-global, que além de um forte enraizamento local exige também a integração das atividades turísticas às demais atividades e setores. Necessitando também do contexto externo para desenvolvimento interno. Assim, duas questões são apontadas como principais, a integração em escala (local, regional, nacional e global e vice-versa) e de forma associada, a integração intersetorial das atividades econômicas e sociais (outras atividades realizadas, agroindústria, educação, cultura, etc).

Silva (2004) propõem uma diferenciação entre turismo de base comunitária e turismo comunitário. Nessa perspectiva o TBC contempla a discussão já abordada, sendo considerado não como um segmento e modalidade mas sim um modo de organização e gestão, organizado pela comunidade em rede, oferecendo serviços e produtos disponíveis na localidade. Já o turismo comunitário, mesmo que favorecendo a identidade local e geração de renda a grupos marginalizados, esse é comercializado por operadoras de emissivo e receptivo (SILVA, 2016). Dessa forma essa definição possui interpretação voltada a questões mercadológicas, ainda que possua princípios de autogestão, cooperação e equidade na distribuição de renda,

existe a relação de empregado e empregador (ALVES, 2013). Para o presente trabalho busca utilizar-se do TBC, uma vez que a proposta é realizada de forma participativa entre redes, abrindo abertura para troca de saberes e fortalecimento de associações, princípios considerados associados ao TBC.

Na atividade rural o turismo rural comunitário tem suas primeiras discussões nos anos 1980, e seu surgimento é explicado por diversos fatores, em principal pelas transformações impostas pela globalização, então esse surge como forma de resistência em relação a populações locais e seus territórios (MALDONADO, 2009). O autor apresenta quatro fatores, o primeiro refere-se às pressões mundiais do mercado turísticos, e as pressões sobre patrimônios naturais e culturais em comunidades rurais e tradicionais. O segundo fator é a necessidade econômica e trabalhista das comunidades que buscam superar situação de pobreza, através de fontes alternativas de renda. O terceiro fator é o papel que desempenham micro e pequenas empresas no desenvolvimento local e na diversificação da oferta turística nacional, configurando segmentos especializados. E o quarto fator são as estratégias políticas do movimento rural para preservação de seus territórios, que representa parte essencial do seu patrimônio e cultura (MALDONADO, 2009).

É possível observar neste modelo de turismo uma contraposição ao turismo de massa, uma vez que privilegia as experiências não somente com, mas no lugar, valorizando todas relações existentes, experiências vividas neste (BARRETO e TAVARES, 2017). Privilegiando assim a escala humana, onde esse deve se concretizar e desenvolver (CORIOLANO, 2003). A partir disto o TRC representa um segmento de mercado de pequenos grupos de viajantes que buscam experiências culturais autênticas e cenários naturais. Contrastando com o turismo de massa, e obedecendo uma lógica econômica com remuneração adequada ao trabalho comunitário (MALDONADO, 2009). Não se deve relevar a importância da comunidade local, além da atividade econômica, o TBC traz sentido de proximidade e parte da reflexão pessoal, permitindo repensar o sentido do lugar e diferentes perspectivas concretizadas nas experiências vividas, significa falar com alguém, não de alguém ou de alguma coisa (BARTHOLO, 2009). Assim a organização e a participação social da comunidade são características de demasiada importância, predominando relações colaborativas nos serviços implementados e ofertados (FABRINO et al, 2016). O agrupamento dos recursos que apresentam potencial turístico traz oportunidades de inserção econômica, além de trazer visibilidade a

iniciativas de turismo de base comunitária, que comumente sofrem com a falta de comercialização e promoção de determinadas regiões (BURSZTYN e BARTHOLO, 2012). A consolidação de roteiros cooperativos traz uma visão mais abrangente do espaço (TAVARES, 2002), de forma que haja participação direta da população local, ao mesmo tempo que acesso ao mercado.

Perpassando os debates acerca tipologias e modos de gestão da atividade turística, considera-se apropriado utilizar a definição de turismo de base comunitário na construção do roteiro turístico entre os cooperados da cooperativa Copasol Cachoeira, uma vez que o protagonismo social é uma das propostas principais no local, mantendo uma atividade de base endógena, a partir de recursos comunitários.

2.2 ROTEIROS TURÍSTICOS

Roteiros de turismo tem se multiplicado nas últimas décadas por todo mundo em diversos países. Eles oferecem oportunidades de dispersão e desenvolvimento de produtos, e potencial de atração de turistas que primam por novas experiências (ZAI e SAHR, 2019). O planejamento regional do turismo a partir de agrupamentos em roteiros e itinerários turísticos é considerada uma das melhores formas de concentrar esforços mercadológicos e logo promover um desenvolvimento integrado, por eles serem delimitados em um espaço e formados de forma coletiva, são uma forma dos promotores da atividade turística priorizarem e direcionarem investimento (BAHL e NITSCHKE, 2012). Bahl (2004) coloca a necessidade de ampliação e fixação de novos centros e produtos turísticos, a fim de expandir e reorientar as ações estratégicas de desenvolvimento do turismo.

A roteirização é uma oportunidade para regiões menos maduras em termos de inserção econômica, mas que apresentam potencial turístico, seja recursos naturais ou culturais, de prolongar seus interesses particulares. Ao contrário dos produtos turísticos segmentados voltado para visitantes de longo tempo, os roteiros apelam a uma grande variedade e visitantes (MEYER, 2004). Para Scherer (2014) a organização dos atrativos em roteiros é capaz de promover o consumo desses produtos por meio de elos entre diferentes atrativos. O que permite uma visão mais abrangente do espaço, possibilitando ao turista um contato e conhecimento de um maior número de locais e logo maior visão cultural e socioeconômica da realidade. Sendo os roteiros turísticos uma das principais maneiras de contextualizar os

atrativos de uma localidade, potencializando seu poder de atratividade (TAVARES, 2002).

Um roteiro turístico estabelece uma sincronização entre espaço-tempo e bens e serviços ofertados (BAHL e NITSCHKE, 2012). Esse é fruto de um processo de ordenação dos elementos mediadores na efetivação de uma viagem, seguindo trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento dos atrativos a serem visitados (BAHL, 2004). A partir desses é possível estabelecer diretrizes para desencadear uma futura circulação turística (BAHL, 2004). A sincronização dos elementos ocorre a partir da combinação de fatores vinculados ao espaço a ser abrangido, sejam esses os tempos de duração de deslocamento em cada destino, bem como o tempo disponível dos participantes que usufruem da programação turística ou os tipos de atrativos a serem visitados, e logo os serviços associados, como transporte, hospedagem, etc (BAHL, 2004).

Os roteiros permitem o trabalho de uma gama ampla de atividades ligadas ao planejamento turístico espacial, gerando a oportunidade de desenvolver diversos produtos em âmbitos e escalas diferentes (BAHL e NITSCHKE, 2012). As diversas tipologias de programações estão associadas às modalidades de turismo existentes nos núcleos receptores, as atividades e características das localidades naturais e culturais possibilitam uma divisão (BAHL, 2004).

Os roteiros estão ligados ao processo de ordenação de elementos presentes em uma viagem, elaborado por operadoras de turismo, ele é uma programação da viagem, dos serviços oferecidos, locais a serem visitados e atividades, formando um pacote turístico. Já o roteiro do tipo Itinerário turístico compreende a disposição de atrativos e equipamentos turísticos em um determinado espaço, considerando as vias de acesso que interligam, a infraestrutura de apoio e a comunicação visual, que distingue sua identidade (BAHL e NITSCHKE, 2012). Diferente do programa elaborado pela operadora de turismo, os itinerários dependem da organização coletiva dos responsáveis pela oferta turística local, sejam esses de iniciativa privada, poder público e sociedade civil organizada. No Brasil comumente empreendedores com apoio de entidades parceiras formas associações para a gestão de itinerários de forma organizada (BAHL e NITSCHKE, 2012).

O roteiro do tipo itinerário normalmente possui uma temática principal diretamente relacionada a identidade da comunidade em questão, podendo ser desde produção agropecuária artesanal até modo de vida da família rural (BAHL,

NITSCHKE, 2012). Esse tem como foco a distribuição dos atrativos em um determinado espaço, e a ideia da demarcação de um itinerário (BAHL e NITSCHKE, 2012). Nitsche (2012) coloca que o itinerário formatado com base numa temática em um município ou região frequentemente é dependente a produção de um determinado produto, a origem étnica da população, um acontecimento histórico, patrimônio cultural ou natural predominante, ou no modo de vida (rural, ribeirinhos, etc.). Deve-se evitar um símbolo criado apenas para servir como logomarca de um visual de comunicação do itinerário, alinhando as temáticas a identidade real do local e elaborada com a comunidade (NITSCHKE, 2012). A imagem construída do local deve ser menos estereotipada possível, transmitindo aos moradores locais orgulho do seu patrimônio, ao mesmo tempo que agregue no desenvolvimento de práticas de turismo sustentável (PEREIRO, 2002).

Deve-se levar em consideração o grau de ordenação de atrativos para elaboração de um roteiro, eles devem servir como um demonstrativo da cultura de um local (BAHL e NITSCHKE, 2012). Os roteiros locais usam recursos próprios de cada localidade, estrutura urbana, acesso, serviços e possíveis elementos turísticos (BAHL e NITSCHKE, 2012). Podendo ser em municípios, estados e regiões, ainda se propõe denominá-los de centrais (urbanos) ou periféricos, dependendo da localidade dos elementos turístico, por conta da urbanização de muitos municípios brasileiros os roteiros periféricos não são sinônimos de rurais (BAHL e NITSCHKE, 2012).

Sendo assim o Mtur (BRASIL, 2007) entende o roteiro turístico como um itinerário, caracterizado por elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. Dessa forma, o processo de roteirização pode contribuir para o aumento do número de turistas que visitam uma região; estimular a integração e o compromisso dos protagonistas desse processo, desempenhando seu papel de resgate e preservação de valores culturais e ambientais existentes; aumento de geração de renda e melhoria na sua distribuição; consolidar roteiros mais cooperativos, ampliando e diversificando a oferta turística.

Os roteiros devem ser organizados de acordo com as potencialidade e particularidades locais, considerando também a demanda. Assim, a análise da roteirização turística toma uma perspectiva do potencial endógeno (BAHL, 2004). Bahl (2004) ainda ressalta a necessidade de planejar e/ou controlar os elementos referentes às condições logísticas utilizadas pelo turista e sua adequação ao local; a

qualidade e número de atrativos que serão visitados; os serviços de hospedagem e restaurantes que serão ofertados; e o tempo no roteiro, que necessita de uma sincronização entre seus elementos. Evidenciando também a necessidade de acessos adequados e a possibilidade de circulação, além da presença de uma comunicação visual, tanto na sinalização viária oficial quanto na interpretativa criada a partir dos símbolos identitários da comunidade (BAHL e NITSCHKE, 2012).

Meyer (2004) utiliza fatores voltados a elementos naturais necessário para efetivação dos objetivos propostos na roteirização, para isso são necessárias, redes de cooperação, pensamento regional e liderança; desenvolvimento de produtos, infraestrutura e acesso; participação da comunidade, desenvolvimento de microempresas e inovação; informação e promoção; e foco social explícito.

Bahl (2004) ressalta que não se pode pensar em turismo sem desenvolvimento integrado. Entendendo a importância dos roteiros turísticos e sua atuação direta na estrutura do turismo, envolvendo todos os segmentos do mesmo e a relação de dependência entre turismo e roteiros (BAHL e NITSCHKE, 2012). Para o Mtur (BRASIL, 2017), a roteirização turística é um passo fundamental na promoção, integração e cooperação entre os setores na atuação dos envolvidos na atividade turística de uma localidade. A organização e integração da oferta turística mostra-se como elemento-chave para que os recursos provenientes do incremento da atividade turística possam significar promoção de inclusão social e auxílio na redução de desigualdades sociais e regionais (BRASIL, 2017). Logo o turismo depende dos roteiros, os quais dependem da oferta de serviços turísticos ofertados em uma região (BAHL, 2004).

2.2.1 Aspectos do planejamento para aplicação em roteiros de turismo rural

Para a implantação com êxito do turismo rural em uma localidade deve se levar em conta esses fatores que constituem e simbolizam o espaço rural. Evitando ao máximo os impactos e efeitos negativos gerados pela atividade. A ausência do planejamento turístico acarreta em conflitos sociais, degradação da natureza, desorganização do setor empresarial e perda da demanda. Deve-se atentar para que o turismo não se torne uma atividade invasora que deteriora os recursos naturais e culturais de um destino (DREHER, 2003).

O planejamento é o resultado de um processo lógico de pensamento, que consiste em analisar a realidade abrangente e estabelecer meios que permitirão transformá-la de acordo com interesses e aspirações desejadas. Esse é essencial para a sustentabilidade da atividade turística, e é um processo sistemático e flexível, cujo fim consiste em garantir a execução dos objetivos que, sem este processo, dificilmente poderiam ser alcançados (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001). Carvalho (1979) define o planejamento como um projeto, um conjunto de fases pelos quais se realiza a operação proposta. Esse processo não se dá de forma aleatória, é sistematizado e obedece às relações de interdependência, como um conjunto de partes coordenadas entre si, de maneira que formem um todo, esse conjunto é harmônico e coerente, visando alcançar o objetivo final determinado (CARVALHO, 1979).

O processo do planejamento interfere e programa os fundamentos definidos do turismo, em visto que a atividade apresenta interdependência e interação entre seus componentes. Assim os três pontos principais consistem em estabelecer objetivos, definir cursos de ação e determinar realimentação (BENI, 1999). É importante ressaltar que, para que o planejamento seja válido deve estar obrigatoriamente em harmonia com os interesses da comunidade local, do turismo e do meio ambiente. A harmonização desses garante a sustentabilidade da atividade, e dos elementos culturais, ecológicos e econômicos (ZIMMERMAN, 2000). Por ser um processo ativo e dinâmico, esse deve ser repensado constantemente após o alcance dos objetivos estabelecidos (BARRETO, 1991).

O planejamento envolve dimensões sociais, ambientais, políticas e culturais sobre o local onde é realizado (PEDRON, 2007). Tem-se então a necessidade de implementar ações que busquem um desenvolvimento sustentável do turismo, etapas que nortearam o processo de planejamento do desenvolvimento da atividade turística. Em cada etapa é necessária uma certa flexibilidade, se adaptando e adequando a situações particulares (FÁVERO, 2006). Pois o planejamento está sujeito a variáveis tanto exógenas, que estão fora de controle do turismo, mas que ainda geram impactos, quanto relacionadas ao turismo, que se referem a própria natureza do sistema turístico (COOPER, 2001 apud FÁVERO, 2006). Pelo turismo ser uma atividade que ultrapassa a esfera econômica, deve ser planejado considerando também aspectos sociais. Cada decisão tomada ao longo do processo deve ser sistematizada, interpretada e documentada (BARRETO, 1991).

Barretto (1991) indica cinco etapas a serem trabalhadas no planejamento. A primeira é chamada de análise e síntese, é a elaboração de um estudo diagnóstico, a fim de se ter conhecimento da situação atual da realidade a ser intervinda, analisando a situação do objeto que se pretende modificar (FÁVERO, 2006). Trata-se de uma investigação, reflexão e compreensão da realidade (BARRETO, 1991). Analisando os dados deve-se atentar a três aspectos principais da avaliação do potencial turístico, avaliação do interesse da comunidade, análise de mercado e análise dos impactos prováveis (FÁVERO, 2006). A segunda etapa consiste em definir objetivos e metas, detalhando o que se pretende fazer e o tempo estipulado (BARRETO, 1991). Cada meta deve ser articulada com os objetivos específicos, que por fim se relacionam com o objetivo geral (FÁVERO, 2006). Após pesquisas e análises anteriores é realizada a formulação dos planos, programas ou projetos. Seguida pela implementação de planos, programas ou projetos, aqui acontecem a instalação, execução e funcionamento do empreendimento/ação, a ação de toda reflexão realizada (BARRETO, 1991). Por fim se tem o controle das ações e a avaliação do trabalho, é o monitoramento e reformulação, buscando avaliar a eficiência, capacidade de obter os resultados propostos e a eficácia, que estejam em consonância com objetivos e metas propostos anteriormente (FÁVERO, 2006).

Fávero (2006) salienta a necessidade da realização de consultas populares ao longo do processo para que o planejamento tenha maiores garantias de sucesso dentro de uma sustentabilidade, deve ser construído de forma integrada e participativa, consultando e escutando os anseios da comunidade. Assim é possível identificar valores, comportamentos e problemas da comunidade que possam interferir ou sofrer interferência da atividade turística (FÁVERO, 2006).

A criação de um novo roteiro turístico pode implicar na necessidade de desenvolvimento a aptidão turística nas comunidades que farão parte deste. Para isso existem elementos fundamentais na elaboração de um novo roteiro que devem ser levados em consideração (CARIS, RICHTER, 2016). Deve-se pensar na oferta e demanda turística efetiva por potencial e reconhecer e identificar os atrativos turísticos que tenham maior interesse de clientes. É importante determinar o público-alvo para que o produto atenda às expectativas do cliente (CARIS, RICHTER, 2016).

Mas a utilização de um conjunto de atrativos turísticos não é por si só suficiente para dar corpo a um roteiro. São necessários outros elementos, a elaboração de roteiros é resultado de estudos e análises de possibilidades a partir

de um conhecimento prévio de dados provenientes do inventário turístico, cuja formatação final vai depender do seu público-alvo (CARIS, RICHTER, 2016).

De acordo com o Sebrae (2000), a viabilidade de um destino ou roteiro turístico depende de atrativos, alojamento para hospedagem e alimentação, transportes, entretenimento ou animação turística, estrutura básica e de apoio ao turismo e envolvimento da comunidade. O Ministério do Turismo (2007) sugere a avaliação dos seguintes pontos na criação de um novo roteiro, acessibilidade, distâncias e tempo de permanência em cada atrativo; qualificação da mão de obra empregada; oferta de equipamentos de hospedagem; oferta de equipamentos de alimentação e lazer; oferta de serviços de apoio, como transporte, guias etc.

Alguns fatores são determinantes para o sucesso no planejamento de um roteiro turístico, como a existência de redes de cooperação, sendo essa uma das estratégias para integrar a região visitada, essas alianças possibilitam ampliação de marketing e promoção dos produtos oferecidos, ao mesmo tempo que reduzem a concorrência entre os prestadores de serviços. Essas redes tendem a beneficiar principalmente as pequenas comunidades e atuam como estratégia de desenvolvimento regional (SU et al, 1997 apud CARIS e RICHTER, 2016). Os valores, princípios e normas que se propõe em uma cooperativa constrói um paradigma que orienta as ações dos cooperados no seu empenho, em benefício da realização dos objetivos do grupo. Assim as cooperativas, além de aumentar a oferta de um produto, turístico ou não, concentram esforços principalmente na parte comercial, executa outras funções como controle de qualidade e marketing, já que exigem um certo esforço coletivo (MIELKE, 2010). A consideração territorial das cooperativas também é outro fator, uma vez que as atividades econômicas geram benefícios que depois serão repartidos e convertidos para as comunidades de origem, o que possibilita um efeito multiplicador positivo de renda e emprego local (MIELKE, 2010). A Comissão Europeia sobre Política Empresarial, Comércio, Turismo e Economia enfatiza os benefícios da cooperação (CAC, 1995 apud CARIS e RICHTER, 2016), criando condições ambientalmente compatíveis, mediando conflitos sociais e políticos existentes, reforçando as vantagens competitivas através da unidade, criando uma demanda maior por meio da diversificação de produtos, criando maior fluxo de bens e serviços, bem como sistemas de informações e melhoria do controle de qualidade através de uma padronização.

Outro fator é o desenvolvimento de produtos com análise da infraestrutura básica e de acesso (CARIS e RICHTER, 2016). Os roteiros podem ser usados para transmitir uma imagem unificada de uma região a partir de um tema. A criação de uma imagem é estratégica para despertar o interesse e, conseqüentemente, atrair visitantes. Em um ambiente turístico altamente competitivo, a imagem e os produtos que veiculam esta imagem representa grande importância (CARIS e RICHTER, 2016). O segundo aspecto de fundamental importância para qualquer roteiro é a disponibilidade de infraestrutura, a estrada principal e/ou malha viária que os turistas irão utilizar devem estar em condições que atraiam e satisfaçam visitantes, assim como a infraestrutura básica devem existir sinalização, locais para descanso e banheiros. É importante que esta infraestrutura esteja disponível ao longo do percurso (CARIS e RICHTER, 2016).

O terceiro fator a ser considerado é a informação e promoção com participação dos atores envolvidos. Deve-se realizar uma promoção do destino de forma responsável, representando verdadeiramente o produto, já que expectativas são em suas maiorias moldadas pelas imagens e promoções do mercado, quando não cumpridas podem ocasionar insatisfação do turista e logo da comunidade, sendo prejudicial a ambos. Em roteiros culturais a participação da comunidade na interpretação do patrimônio e no desenvolvimento do produto fornece um embasamento consistente, ao invés de depender e propagar interpretações estereotipadas (CARIS, RICHTER, 2016).

O próximo fator a ser considerado é a participação da comunidade, como já discutido anteriormente o turismo bem-sucedido exige uma abordagem centrada nas pessoas, onde os habitantes locais participam do processo de tomada de decisão sobre a atividade e o tipo de desenvolvimento que se pretende. A capacitação é um dos postos-chave de qualquer estratégia que visa a difundir os benefícios do turismo, principalmente para as comunidades marginalizadas (CARIS, RICHTER, 2016). O último fator citado é o engajamento e preocupação no processo de roteirização, é essencial reconhecer nos objetivos a inclusão de comunidades marginalizadas. As estratégias podem variar de acordo com as necessidades locais, como maiores oportunidades para microempresas, aumento na renda geral, capacitação ou suporte ao pequeno negócio (CARIS, RICHTER, 2016).

Autores como Nitsche e Szuchman (2005) propõe etapas do planejamento no turismo rural de forma mais específica, que se dividem em cinco etapas, estas

similares as tratadas anteriormente, com etapas mais pontuais que conversam e caminham para um turismo rural democrático voltado ao desenvolvimento local. De forma que esse valorize características e necessidades das comunidades locais e do seu território, de forma integrada e participativa.

A primeira etapa é a realização de um inventário da área, que inclui levantar dados gerais do município. Seguido de uma análise da situação levantada, descrevendo a situação atual e qualificando as condições e seus pontos fortes e fracos. Em seguida é realizada o prognóstico que culmina nas possibilidades de intervenção. A quarta etapa é apresentar o plano de ação, considerando todo levantamento anterior. Por fim o desenvolvimento da proposta articula a implementação das ações definidas na fase anterior, aqui deve-se fazer o gerenciamento, avaliação e ajustes (NITSCHKE e SZUCHMAN, 2005).

A roteirização turística é uma operação complexa que tem como objetivo orientar e garantir que as visitas ocorram de forma satisfatória, além de aumentar o giro de turistas na região proposta e fazer com que o comércio local e sociedade civil prosperem em virtude dos investimentos e renda através consumo dos turistas (BIELINSKI et al, 2016). É inegável a inserção do turismo no contexto socioeconômico de um país, o turismo rural é considerado destaque nos segmentos da atividade turística, principalmente por seu caráter de crítica e efeito contrário ao turismo de massa, enfatizando a preservação do meio ambiente (URRY, 1996 apud MIELKE, 2010). Além da nova visão crescente do turismo visto como forma cultural, ligado a práticas sociais e culturais (URRY, 1996). Porém uma das principais dificuldades identificadas no segmento é a comercialização desses produtos turísticos, por conta da fragmentação e desorganização da oferta e elementos turísticos, e a necessidade da identificação e criação de uma imagem do destino turístico rural. A gestão da atividade turística de forma integrada e conjunta é capaz de tornar o próprio processo de gestão regional do destino mais madura e, junto a retratação de uma identidade regional reconhecida por todos caminhar para um desenvolvimento sustentável, observando que a organização institucional desta oferta tem íntima ligação com o cooperativismo (MIELKE, 2010).

Para finalizar o Marco teórico apresenta-se a síntese dos conceitos debatidos ao longo deste através de um Quadro Síntese, reunindo também os principais autores que constituíram cada tópico.

QUADRO 1 - SÍNTESE REFERENCIAL TEÓRICO

Tópicos	Temas	Significado	Principais autores
Turismo rural	Pluriatividade	Fenômeno social e econômico no qual membros de famílias rurais exercem diferentes atividades não agrícolas, mas mantendo a moradia e ligação produtiva com agricultura e vida no espaço rural	SCHNEIDER, 2003; SILVA, 2001
	Turismo no espaço rural	Qualquer forma de turismo que ocorre em área diferente de urbana, é a totalidade de movimentos turísticos que ocorrem no meio rural.	NITSCHKE, 2019
	Turismo rural	Atividades existentes por conta da ruralidade, possuindo vínculo direto ou indireto com atividades agrárias, produção agrícola e outras características que definem o rural.	NITSCHKE, 2019; TULIK, 2010; RODRIGUES, 2000;
Agroturismo	Agroturismo	Atividade turística que se diferencia pela interação entre o turista e as atividades agrícolas e vivência na propriedade rural. O turismo é uma ocupação complementar as atividades rurais, assim como sua renda.	TULIK, 1993; NITSCHKE, 2018; SILVA et al, 2000; BENI, 2002; MARQUES et al, 2008

TRAF	Agricultor familiar	Aquele que pratica atividades no meio rural, possuindo até quatro módulos fiscais, mão-de-obra familiar, percentual mínimo da renda familiar advindas da atividade e dirigir essas com sua família.	Lei nº 11.326, de julho de 2006
	Turismo na agricultura familiar	Mais específico que agroturismo, a diferença faz referência aos requisitos a lei de agricultor familiar. É a atividade turística desenvolvida na unidade de agricultores familiares.	SILVA, 1998; NITSCHKE, 2019; BRASIL, 2010; BRASIL, 2004, MTUR, 2014
Cooperativismo	Cooperativismo	Doutrina que tem principal objetivo a solução de problemas sociais através da criação de comunidades de cooperação encarregadas de autogestão, reunidos com direitos igualitários e desenvolvendo atividades econômicas de forma coletiva.	SINGER, 2002; SANDRONI, 1996; OCB, 1998; MIELKE, 2010
Associativismo	Associativismo	Meio de organizar grupos de interesse autossustentável, realizando objetivos em comuns e atividades sociais. Esse abrange diferentes modalidades de organização coletiva, como o cooperativismo.	BRASIL, 2016; SEBRAE, 2019; BRAMBATTI e NITSCHKE, 2018
TBC	Turismo de base comunitária	Modelos de desenvolvimento turístico focado em recursos endógenos, humanos, naturais ou de infraestrutura. Seu objetivo principal é o protagonismo das comunidades receptoras, nesse sentido os protagonistas do destino são sujeitos e não objetos do processo.	IRVING, 2009; COSTA, 2013; MALDONADO, 2009; CORIOLANO, 2003; SILVA, 2016
	Turismo rural comunitário	Segmento de mercado com as mesmas características do TBC, mas vinculado à atividade rural.	MALDONADO, 2009
Roteiros turísticos	Roteiros	Sincronização entre espaço-tempo e bens e serviços ofertados, fruto de um processo de ordenação dos elementos de uma viagem, seguindo trajetos, criando fluxos e aproveitamento de atrativos. Normalmente oferecido por operadoras de turismo.	BAHL, 2004; BAHLE e NITSCHKE, 2012; SCHERER, 2014; TAVARES, 2002
	Itinerários	Diferente dos roteiros, dependem da organização coletiva dos responsáveis pela oferta turística local, com foco na distribuição dos atrativos em um espaço. Comumente esse possui uma temática e tem gestão em formas de associações.	BAHL, 2004; BAHLE e NITSCHKE, 2012; MEYER, 2004

Aspectos de planejamento para aplicação em roteiros de turismo rural	Planejamento	Resultado de um processo lógico que consiste em analisar a realidade e estabelecer meios que permitirão transformá-la de acordo com os interesses desejados. Possui fases pelas quais se realiza a operação, no turismo rural essas são: realização de inventário, análise da situação, prognóstico, plano de ação e desenvolvimento.	BARRETO, 1991; FÁVERO, 2006; NITSCHKE e SZUCHMAN, 2005; PEDRON, 2007; CARIS e RICHTER, 2016;
---	--------------	---	--

FONTE: A autora (2020).

A função da cooperativa não é só prestar serviços ao associado e obter o lucro do negócio, podendo investir em outras atividades que venham de encontro com os interesses dos associados. Historicamente a agropecuária brasileira deu importância para o crescimento produtivo das propriedades rurais de pequeno, médio e grande porte. Atualmente a economia nacional e a alta competitividade dos mercados, consequência da globalização, impôs ao Brasil uma política voltada à valorização da agricultura em grande escala, gerando uma mudança no setor agrícola do país, e a desvalorização da cultura do pequeno e médio produtor (MIELKE, 2010).

O desenvolvimento do turismo rural vem apresentando resultados concretos, considerar elementos de forma mercadológica, recursos que possam ser explorados de forma sustentável para que abram novas opções de crescimento contínuo dos envolvidos permite aliar os recursos naturais aos desejos de uma demanda e a necessidade de uma pluriatividade no campo. A proposta do Roteiro dos Imigrantes, inserido no contexto cooperativo, e das Cooperativas que estão inseridas na atividade turística mostram como o trabalho em conjunto pode resultar em comunidades fortes e culturalmente preservadas. Possibilitando a criação de novas ofertas de turismo no Paraná ou expandir negócios de empreendimentos e cooperativas já existentes (MIELKE, 2010).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem utilizada neste estudo é de base qualitativa, neste caso se justifica por compreender o estudo de uma cooperativa situada no espaço rural,

englobando aspirações, motivos, valores, atitudes e percepções do território a estruturação de uma atividade turística local. O que corresponde a relações, processos e fenômenos que não podem ser situados em variáveis quantitativas (MINAYO, 2001).

A pesquisa qualitativa trabalha com base de dados qualificáveis, a partir da percepção dos diversos atores sociais, não tendo preocupação com medidas ou técnicas estatísticas, mas com a avaliação da qualidade das informações e a percepção dos atores sociais (GIL, 1999).

(...) nas abordagens qualitativas, o termo pesquisa ganha novo significado, passando a ser concebido como uma trajetória circular em torno do que se deseja compreender, não se preocupando única e/ou aprioristicamente com princípios, leis e generalizações, mas voltando o olhar a qualidade, aos elementos que sejam significativos para o observados-investigador (GARNICA, 1997).

Nessa abordagem a pesquisa tem o ambiente como fonte de dados, que nessa são descritivos, retratando o maior número possível de elementos existentes na realidade estudada (PRODANOV e FREITAS, 2013).

De natureza aplicada, essa é motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, mais imediatos, tem uma finalidade prática (GIL, 1999). Com objetivo exploratório, a pesquisa é desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral do tema discutido (GIL, 1999). Esse permite o estudo do tema sob diferentes aspectos, envolvendo levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas ligadas ao objeto de pesquisa e análise de exemplos que estimulem a compreensão, esses efetivados no desenvolvimento do trabalho (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Quanto aos procedimentos utilizados, para a construção do marco teórico utilizou-se pesquisa bibliográfica. É aquela realizada a partir do registro disponível decorrente de pesquisas anteriores, utilizando-se de dados e/ou categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e foram devidamente registrados SEVERINO (2007). Para Prodanov e Freitas (2013), é aquela:

Elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses e material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa.

Assim, o pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analisados SEVERINO (2007). Para Gil (1991) aqui não se tem preocupação com medidas ou quantificações. A partir de dados qualificáveis e percepção de atores sociais, busca-se compreender a realidade de determinados fenômenos. Essa justifica-se por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social (RICHARDSON, 1999).

Também foi utilizada pesquisa documental, aquela em que os materiais ainda não receberam tratamento analítico, são classificados em dois tipos: documentos de primeira mão (documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes e fotografias) e documentos de segunda mão (relatórios de pesquisas, relatórios de empresas e tabelas estatísticas) (GIL, 1999). Para o presente trabalho foram utilizados documentos de cunho oficial e jurídico, sendo esses Atas de assembleias gerais e Ata de constituição da cooperativa Copasol Cachoeira, a fim de analisar discussões de diversificação de renda, informações sobre a instituição da cooperativa, e dos cooperados e suas produções. Realizando um estudo de caso na Cooperativa Copasol Cachoeira, se caracterizando com o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, podendo-se utilizar diferentes fontes de investigação como entrevistas, questionários e observação (GIL, 1999). O estudo consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, grupo ou comunidade a fim de estudar aspectos variados, de acordo com o assunto da pesquisa. Esclarecendo uma decisão, seus motivos, implementações e resultados (PRODANOV, FREITAS, 2013). Caracterizando-se por poucos objetivos de pesquisa, uso de métodos qualitativos, uso de estudo de caso piloto e um protocolo de estudo do caso (YIN, 2001). Os autores ressaltam que, o estudo de caso não se caracteriza como uma maneira específica de coleta de dados, nem uma característica de planejamento de pesquisa, mas sim uma estratégia de pesquisa abrangente (PRODANOV, FREITAS, 2013). Demandando também um “um conjunto de outras características técnicas, como a coleta de dados e as estratégias de análise de dados” (YIN, 2001). Caracterizado como um estudo de caso único, uma vez que existe um objeto de pesquisa neste trabalho. O pesquisador deve utilizar diferentes fontes de evidência, que necessitam convergir, para que haja validade das informações, realizando uma triangulação de dados (YIN, 2001 apud PRODANOV e FREITAS, 2013).

As coletas de dados se darão por meio dos instrumentos de pesquisa de observação assistemática e entrevista semi-estruturada, a fim de levantar características locais; potencialidades turísticas; ideias e posições dos cooperados e outras informações necessárias para a pesquisa.

As entrevistas consistem em uma técnica de coleta de dados para o diagnóstico, na qual o pesquisador formula perguntas para o pesquisado de acordo com o interesse da pesquisa (GIL, 1999). Realizada de forma semi-estruturada, uma vez que permite o pesquisador incluir e excluir determinadas questões ou ainda efetuar alterações na ordem das questões de acordo com respostas obtidas (PRODANOV e FREITAS, 2013). Além de possibilitar a obtenção de dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social; não exige que a pessoa saiba ler ou escrever; maior flexibilidade no roteiro e dados mais profundos (GIL, 1999).

A entrevista será realizada com aqueles produtores que demonstram interesse no desenvolvimento da atividade turística seguindo o roteiro proposto (Apêndice 1), essas podendo ser realizadas de forma online por conta da pandemia do Covid-19. As respostas serão coletadas através de gravação para que a conversa aconteça da forma mais natural possível, ou de forma escrita em caso de uso de plataformas online, qualquer alteração ou informação a mais será relatada na exposição de resultados. Por ser um processo de interação social, verbal e não verbal (MANZINI, 2012), considera-se a existência de informações e situações que não são possíveis de tabular, logo a apresentação dos dados coletados será exposta em um relato, descrevendo as respostas julgadas necessárias e outros aspectos que possam surgir durante a conversa. A fim de guiar a análise dos locais, a entrevista deverá ser realizada antes da observação.

Outra técnica de pesquisa será a observação de forma assistemática, uma vez que não se tem controle da situação previamente elaborada, não empregando meios técnicos especiais e perguntas diretas (PRODANOV e FREITAS, 2013). Também conhecida como não estruturada essa consiste em recolher e registrar os fatos da realidade de forma simples e livre, permitindo aproximação das perspectivas dos sujeitos (PRODANOV e FREITAS, 2013). Para Ander-Egg (1978, apud LAKATOS e MARCONI, 2003) o pesquisador deve saber o que observar, essa “não é totalmente espontânea ou casual, porque um mínimo de interação, de sistema e de controle se impõem em todos os casos, para chegar a resultados válidos”. Neste trabalho a autora irá a campo com o objetivo de analisar as

propriedades e seu entorno, seus potenciais atrativos e infraestrutura. Seguindo um roteiro dos elementos que serão analisados (Apêndice 2), esses estruturados a partir dos itens levantados no marco teórico. A coleta de dados será realizada por meio de fotografias, anotações e possíveis gravações. Esses dados serão agrupados e ordenados em uma tabela, realizando um inventário da região, relacionando cada local com seus atrativos levantados, classificando eles em naturais ou culturais, a fim de realizar uma listagem classificatória para realizar a composição do roteiro.

Com base nas informações coletadas por entrevista, observação e bibliografia será realizado um diagnóstico geral das propriedades interessadas, predominante qualitativa, aproximando a teoria estudada ao longo do trabalho e informações levantadas em campo, visando compreender as características essenciais, os significados, as convergências e divergências dos conteúdos. Sendo fundamental o uso da triangulação de dados, de fontes e técnicas de instrumentos de coleta, de modo que se garanta a confiabilidade das informações geradas ao longo da pesquisa (PRODANOV e FREITAS, 2013). Logo a interpretação de dados será realizada a partir da comparação entre os dados já obtidos e os dados adquiridos em campo, resultando em uma análise qualitativa e descritiva. Esse diagnóstico possibilitará a realização de uma proposta de roteiro posteriormente, que incluirá o mapeamento dos atrativos em propriedades cooperadas e comunidade Copasol.

3.1 ÁREA DE ESTUDO

Antonina é uma cidade litorânea do estado do Paraná, situada a 84km da capital do estado, Curitiba. Hoje abriga cerca de 20 mil habitantes e é uma das cidades mais antigas do Estado. Seu nome é uma homenagem ao Príncipe da Beira Dom António de Portugal em 1797, ela nasceu das catas e faisqueiras de ouro em meados do século XVII, mas seus primeiros vestígios de ocupação são datados entre 1648 e 1654, a partir de sambaquis encontrados na região, índios carijós são os primeiros povos que habitaram o local. Em 12 de setembro de 1714 é considerada sua data de fundação, com a autorização da construção de uma capela em homenagem a Virgem do Pilar, o que antes era um povoado ficou conhecida como Capela, e seus habitantes eram chamados de “capelistas”. No dia 21 de janeiro de 1857, através de Lei Provincial nº 14, tornou-se município de Paraná. Hoje

seu conjunto histórico e paisagístico é tombado como Patrimônio da União, possuindo uma paisagem privilegiada com morros, escarpas da Serra do mar e Baía de Antonina (ANTONINA, 2020).

FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO DE ANTONINA NO ESTADO DO PARANÁ



FONTE: IBGE (2010).

O município está inserido na região turística do Litoral do Paraná, que junto com outros seis municípios têm sua atividade principal econômica a prestação de serviços, o que inclui o turismo. Somente Antonina tem predominância da indústria como economia principal (BRASIL, 2008). Mesmo apresentando diversos atrativos como eventos, recantos naturais, centro histórico, uma paisagem emoldurada pela baía (ANTONINA apud ANDRUKIU e GÂNDARA, 2015) e outros segmentos de turismo no espaço rural, explorados ao longo do ano, mas ainda com pouca representatividade (BRASIL, 2008). Essa movimentação econômica, amplificada no período de dezembro a fevereiro, fez com que o Ministério do Turismo considerasse o Litoral do Paraná como uma das três regiões turísticas prioritárias do Paraná (BRASIL, 2008). A região que se destaca pelas condições geográficas e contar com grande porção da Floresta Atlântica, possui uma cultura rica com folclore, manifestações culturais e gastronomia. Representada desde pelo Fandango, Boi de Mamão, barreado, cambira, pirão e outros (BRASIL, 2008).

Antonina possui uma Secretaria Municipal de Turismo e Cultura e um Conselho Municipal do Turismo de Antonina (Comtur). Assim como possuir diretrizes de turismo contempladas no seu Plano Diretor Municipal. Em conjunto com os outros municípios, possui fluxo de visitantes que em sua maioria residem em Curitiba e seu entorno (PARANÁ, 2008).

De acordo com a pesquisa de demanda turística realizada em 2018, o perfil do turista que visita Antonina tem entre 35 e 49 anos (45%), é residente de Curitiba (44%), visitam com seus familiares (53%) e visitam a cidade a lazer (73%), usando meio de transporte automóvel próprio (80%). Vale ressaltar que 85% dos entrevistados para a pesquisa pretendem retornar a cidade, o mesmo número indicaria Antonina como um destino para outras pessoas (IAMUQUE, 2018). Em uma pesquisa de “emoções do destino”, Andrukiu e Gândara (2015) levantaram que Antonina possui uma oferta com imersão, onde os visitantes têm suas mentes e corpo envolvidos pelo ambiente, fazendo alusão a composição paisagística, vinculados a contemplação, possibilitando o visitante relaxar e fugir de sua rotina.

Hoje a cidade começa a ganhar iniciativas para atrair turistas para sua área rural, como o projeto Vale do Gigante Paraná, que envolve 20 empreendedores a fim de mostrar as opções turísticas rurais que o município possui, entre essas estão canoagem, restaurantes caseiros, artesanato e produção de alimentos de agricultura familiar e orgânicos (VALE DO GIGANTE PARANÁ, 2020). Tânia Lopes (apud GOV. DO PARANÁ, 2020) uma das empreendedoras locais, defende que o turismo está sendo utilizado a fim de fomentar um resgate da cultura local e para a geração de renda para a comunidade.

A agricultura tradicional do litoral paranaense é baseada nos costumes de produção de povos caiçaras. Esse sistema entra em crise no Brasil Colonial, voltando a ganhar força a partir do século XX (MIGUEL e ZANONI, 1998). A agricultura familiar se vê fragilizada por conta de grandes produtores, abandonando uma série de costumes e cultura acumulada historicamente (MIGUEL e ZANONI, 1998). Com a vinda de grandes empresas e indústrias para exploração de palmito grandes proprietários se apropriaram de mais de 80% das terras da região, enquanto pequenos agricultores familiares foram obrigados a venderem sua força de trabalho aos agricultores patronais e aos grandes proprietários, agravando a situação. Dentro deste período houve uma grande marginalização de pequenos agricultores e a intensificação dos conflitos agrários. Em meados de 1980 em numa tentativa de

barrar a degradação ambiental delimitou-se a APA de Guaraqueçaba, que inclui parcela de Antonina, limitando mais ainda a produção e aumentando a competitividade de produtos locais no mercado. O aumento da pobreza na área rural de Antonina causou mais uma vez um fluxo migratório à área urbana do município. O êxodo rural persiste até hoje, em 2011 Antonina registrou um déficit populacional nesta zona de 1,64%, este índice é explicado principalmente pela partida dos jovens que não tendo perspectivas deixam de viver nestas áreas (ADEMADAN, 2020).

Uma alternativa crescente construída pelos produtores rurais tem sido o processo de organização coletiva através de associações e cooperativas, como é o caso da Cooperativa Copasol Cachoeira (Cooperativa de Processamento Alimentar e Agricultura familiar Solidária de Antonina e Região), criada em 2016, tendo como objetivo, através da autogestão, promover a organização econômica de seus associados, assim como o estímulo, colaboração, desenvolvimento e defesa econômico social das atividades de seus cooperados, agregando valor à produção da agricultura familiar e liberando-os do comércio intermediária através de uma autogestão. Esta localizada na comunidade Cachoeira, Zona rural de Antonina, Paraná.

Essa possui filiação em caráter regional a central Copasol, em caráter estadual, a Federação de Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária do Estado do Paraná (UNICAFES Paraná) e em caráter nacional a União Nacional de Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES Nacional) e a União Nacional das Organizações Cooperativas Solidárias (UNICOPAS).

A cooperativa que iniciou com 21 associados hoje conta com 42 produtores familiares, que produzem frutas, verduras, raízes, tubérculos, hortaliças e legumes frescos, além de sucos de frutas, conservas, doces, geleias e polpas de frutas. A discussão de atividades que diversifiquem a renda está em discussão na cooperativa, sendo apresentada pela primeira vez na Assembleia Geral Extraordinária de janeiro de 2019, o interesse em outras formas de capitalizar a cooperativa levantou o debate e a necessidade de criar um grupo de pessoas interessadas no assunto, que vem discutindo o interesse na atividade turística. Através da parceria com a ITCP foi levantado um grupo de aproximadamente 16 cooperados interessados em desenvolver uma proposta para atividade turística, a partir desses a pesquisa será realizada.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa realizada, considerando os dados obtidos através das entrevistas com os cooperados da Cooperativa Copasol Cachoeira e as visitas técnicas realizadas nos locais.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

A proposta inicial era realizar uma reunião com os cooperados para levantar os interessados em participar das entrevistas. Essas que seriam todas presenciais, possibilitando uma análise em conjunto dos espaços existentes. Devido à pandemia do Covid- 19 as reuniões e assembleias da cooperativa não estão acontecendo, impossibilitando também as idas a campo previstas. Deste modo, duas das sete entrevistas foram realizadas presencialmente, as outras cinco ocorreram de forma online, por meio de telefone e mensagem de WhatsApp.

Os cooperados foram indicados pela secretaria da cooperativa, sendo cinco produtores e dois funcionários do administrativo. Para resguardar a privacidade dos entrevistados, não foram indicados seus nomes, estes serão denominados sujeito A à G com o propósito de diferenciá-los. No quadro 2 é possível visualizar a atividade principal de cada sujeito, o meio de comunicação utilizado e as datas em que foram realizadas as entrevistas.

QUADRO 2 - SÍNTESE ENTREVISTAS

Sujeitos	Atividade	Meio de comunicação para a entrevista	Data
Sujeito A	Produtor	Telefone	22 de fevereiro de 2021
Sujeito B	Produtor	Telefone	12 de fevereiro de 2021
Sujeito C	Produtor	Presencial	07 de fevereiro de 2021
Sujeito D	Produtor	Presencial	07 de fevereiro de 2021
Sujeito E	Produtor	Mensagem	15 de fevereiro de 2021
Sujeito F	Administrativo	Mensagem	01 de fevereiro de 2021
Sujeito G	Administrativo	Telefone	02 de fevereiro de 2021

FONTE: A autora (2021)

4.1.1 Cooperados e propriedades

Seguindo o roteiro de entrevista e análise das propriedades da cooperativa (apêndice 1 e 2), sobre as produções de cada propriedade foram analisados os dados encontrados no quadro 3.

QUADRO 3 - PRODUTORES COPASOL.

Produtor	Idade	Familiares residentes no local	Principal produção	Comercialização do produto
Sujeito A	52	2	Ameixa preta, caqui e pêssego	PNAE e feira de Antonina
Sujeito B	60	2	Cenoura, limão e batata doce	PNAE e feira de Antonina
Sujeito C	55	4	Palmito pupunha, banana e chuchu	PNAE, fábricas e feira de Antonina
Sujeito D	28	3	Escarola, pepino vagem e couve	PNAE e feira de Antonina
Sujeito E	45	4	Geleias e pães (banana, acerola, goiaba, maracujá)	PNAE e feira de Antonina

FONTE: A autora (2021)

Sobre a principal produção observada em cada propriedade, somente o palmito pupunha do Sujeito C é convencional, em todos os outros a plantação é feita com sistema orgânico. Outras produções em paralelo valem ser ressaltadas por representarem parte da renda dos sujeitos. O Sujeito B relatou a criação de abelhas nativas, hoje a produção de mel é uma pequena parte dos insumos, mas que esse gostaria de aumentar aos poucos. O Sujeito D também citou os animais que possui para uso pessoal, sendo sete cavalos, duas vacas, meia dúzia de galinhas e uma dúzia de ovelhas. Ainda, a produção do Sujeito E é voltado para fabricação de geleias, polpas de frutas e pães.

A maioria dos insumos e produtos produzidos pela cooperativa são destinados ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), independentemente de serem orgânicos ou convencionais, são enviados para as escolas do município. A cooperativa atende mais de 50 escolas diferentes no total. Os produtos não enviados são comercializados na feira local de Antonina. O Sujeito

C envia a produção de palmito para fábricas em Santa Catarina ou Paraná, dependendo da demanda. E o Sujeito E vende uma pequena parcela de suas compotas por canais informais para conhecidos.

Sobre os espaços físicos de cada propriedade foram analisados quatro pontos principais, esses observados no quadro 4.

QUADRO 4 - PROPRIEDADES COOPERADOS.

Nome do produtor	Acesso a internet	Banheiro na propriedade para uso de visitantes	Possibilidade de alimentação para visitantes na propriedade	Espaço para convivência
Sujeito A	Sim	Sim	Não	Não
Sujeito B	Não	Não	Sim	Não
Sujeito C	Sim	Sim	Não	Sim
Sujeito D	Sim	Não	Não	Não
Sujeito E	Sim	Sim	Sim	Sim

FONTE: A autora (2021)

Somente um dos cinco entrevistados não possui acesso a internet, vale ressaltar que essa não alcança todos os espaços das propriedades, pois algumas possuem mais de 10 hectares. Quanto à estrutura existente para receber visitantes, identificou-se que apesar de não ser unânime a disponibilidade de uso de banheiro, alimentação e espaço de convivência para sentar e descansar, essas estão presentes em pelo menos duas propriedades.

O uso do banheiro está disponível em três propriedades, a possibilidade de alimentação em duas, espaço para convivência em duas e acesso a internet em quatro. Nenhum dos entrevistados recebe turistas. A propriedade E possui uma churrasqueira com acesso a banheiro e internet, possuindo potencial para utilização para o turismo. O espaço de convivência do Sujeito C também demonstra potencial uma vez que é espaçoso e possui vista para um lago. O banheiro na propriedade A e C é fora da casa da família, podendo ser utilizado pelos visitantes.

Ao final de cada entrevista foi perguntado aos produtores o que eles gostariam de compartilhar com os visitantes, incluindo seus hobbies, festas da comunidade, cozinha tradicional, ou algo relacionado com sua própria produção. Os

Sujeitos A e C expressaram que gostariam de compartilhar sobre seu sistema de produção orgânica e como funciona. O Sujeito A demonstrou seu interesse principal em instituir um canal de venda direto para o turista.

O Sujeito B gostaria de compartilhar seus conhecimentos sobre abelhas nativas e meliponicultura, desde seu processo de criação, cuidados, manejo e colheita do mel, que está disponível para venda na propriedade.

O Sujeito D além de compartilhar seus conhecimentos em hortaliças orgânicas comentou que estaria disposto a realizar atividades que envolvessem seus animais, esse contou algumas histórias de família enquanto fazíamos a entrevista, sobre como decidiram se mudar para área rural, como vivem da sua terra, como mudaram para produção orgânica e começaram a criar animais.

Por fim o Sujeito E compartilhou que um de seus hobbies preferidos é cozinhar, ressaltando que “me faz feliz cozinhar e ver que os outros gostam da minha comida, aprendi com a minha mãe e ensinei igual para meus filhos”. Entre seus pratos favoritos estão galinhada, frango com polenta, feijoada, pão de banana, torresmo e bolinho de arroz. O Sujeito E ainda ressaltou o uso de banana da terra para seus pratos, fazendo ela frita ou refogada junto com o feijão, relatando ser uma das comidas preferidas de seus filhos.

Ao fim todos os Sujeitos concordaram que seria positivo instituir um novo canal de venda direto, possibilitando que os visitantes comprassem seus produtos sem nenhum atravessador.

4.1.2 Atrativos da Comunidade Cachoeira

Durante as entrevistas foram indicados dois locais principais de lazer na área da comunidade, aqui os dois Sujeitos Administrativos F e G também foram indagados sobre o entorno. Os locais foram o rio Cachoeira e a cachoeira Salto do Saci.

O Rio Cachoeira nasce na Serra do Ibitiraquire e desemboca na baía de Antonina, com aproximadamente 50,44 km de extensão, é possível aproveitá-lo de diversas formas. Seis de sete cooperados citaram o rio quando perguntado sobre atividades nas redondezas, esses comentaram que é comum tomar banho no rio, e que famílias se encontram nas margens para aproveitar dias quentes. Para aqueles que gostam de aventuras é possível realizar boia cross e rafting neste, o ponto

indicado para iniciar essas atividades é acima das ruínas da Usina Hidrelétrica de Cotia, localizada a menos de um quilômetro do centro da comunidade. Na comunidade é possível encontrar uma empresa de rafting, que realiza atividades turísticas. Outros rios similares nas proximidades foram apontados durante as entrevistas, porém o rio Cachoeira foi o mais citado. O rio possui sinalização quando atravessa a estrada, e dois pequenos caminhos abertos na mata em diferentes pontos de acesso. Quando a atividade é realizada com empresas essas levam até o local indicado. A presença da empresa demonstra a existência de uma atividade turística no local.

Já a cachoeira Salto do Saci foi indicada por quatro dos sujeitos entrevistados, junto com sua trilha de acesso. Além da caminhada de cerca de 40 minutos para chegar, é indicado ir até metade do caminho de carro, por uma estrada no meio da Mata Atlântica, aberta como suporte para a Usina Hidrelétrica Parigot de Souza. No caminho é possível observar ruínas e vegetação típica. A falta de sinalização e qualquer tipo de infraestrutura foi informada pelos entrevistados, o Sujeito C nos retratou como uma infelicidade a situação da trilha, uma vez que a cachoeira “valia a pena os esforços”.

FIGURA 2 - DIFERENTES PONTOS DO RIO CACHOEIRA





FONTE: A autora (2021)

FIGURA 3 - ACESSO RIO CACHOEIRA



FONTE: A autora (2021)

4.1.3 Observações sobre acessos e entorno

Saindo de Antonina até o centro da comunidade Cachoeira, são aproximadamente 28km, cerca de 30 minutos de carro. O acesso via ônibus é pelo 002- Bairro Alto, sua última parada é ao lado da cachoeira Salto do Saci. Esse caminho é asfaltado em sua maioria e não apresenta empecilhos, possuem placas indicando o caminho e cada rio que atravessa. Podendo-se avistar também diversas paradas de ônibus. Nos últimos 2km da comunidade o asfalto é substituído por caminho de pedras e estrada de barro.

Para cada propriedade é necessário percorrer uma estrada de chão diferente, nas duas visitadas foi possível perceber a falta de sinalização assim como buracos nos caminhos, o que dificultou a chegada. Em conversa com os produtores, todos os cinco afirmaram que o caminho necessita de melhorias. Sujeito B defendeu a necessidade de se asfaltar o caminho, uma vez que a estrada de terra naturalmente com o tempo se desgasta e forma buracos. Ainda foi observado a necessidade de incluir placas de acesso nas propriedades, informando o nome de cada uma. As duas propriedades visitadas não possuíam nenhum tipo de placas informativas.

FIGURA 4 - VIAS DE ACESSO PARA COMUNIDADE CACHOEIRA



FONTE: A autora (2021)

FIGURA 5 - PONTO DE ÔNIBUS NA RODOVIA PARA COMUNIDADE
FIGURA 6 - ÚLTIMO PONTO DE DESEMBARQUE NA COMUNIDADE



FONTE: A autora (2021)

Hoje a cooperativa possui uma estrutura que permite colaboração recíproca ao realizar operações com objetivo social e econômico. Os Sujeitos participam das assembleias e reuniões, votam e apresentam propostas, como de iniciar uma atividade turística, assumindo os compromissos assumidos. Os valores, princípios e normas orientam as ações em benefício da realização dos objetivos do grupo, concentrando esforços em atividades que exigem cooperação dos envolvidos.

4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir do conjunto de revisão bibliográfica, entrevistas e visitas às propriedades foram identificados potenciais em cada propriedade e na comunidade, esses utilizados para moldar o roteiro turístico. Para a elaboração do roteiro seguiu-se as etapas previstas por Nitsche e Szuchman (2005), onde as entrevistas e visitas constituíram a elaboração de um inventário da área, o que cada propriedade possui, o que os produtores gostariam de compartilhar e os atrativos da comunidade Cachoeira. Os próximos passos são a análise da situação levantada, qualificando a situação e as possibilidades de intervenção, ambas feitas neste capítulo.

Quando perguntado o que os Sujeitos gostariam de compartilhar com os visitantes, atividades diversificadas apareceram, fundamentando os aspectos sociais e culturais do turismo rural. A pesquisa apontou que hoje os entrevistados não recebem turistas em suas propriedades, a recente onda de valorização e demanda do espaço rural e sua preservação ambiental e cultural demonstram uma oportunidade para a cooperativa de diversificar a renda desses produtores envolvidos no projeto (MARQUES e SILVEIRA, 2009).

Apesar da cooperativa ser considerada nova, ela vem crescendo e se mostrando organizada, a proposta de agrupamento de propriedades a fim de transformar em um roteiro, pode ser considerada uma das melhores formas de concentrar esforços mercadológicos e logo promover um desenvolvimento integrado, como visto com Bahl e Nitsche (2012). Por isso propõe-se um roteiro para todas as propriedades participantes.

Além de representar uma segurança econômica, o cooperativismo torna o processo de comercialização da atividade turística mais fácil, a gestão compartilhada, as relações na tomada de decisão e o ganho coletivo, presentes na Copasol, representam uma concentração de esforços em prol da atividade.

Considerando também a valorização das atividades comerciais associadas a identidades locais. A experiência da cooperativa com gestão do trabalho e comercialização de seus produtos agrícolas auxiliam no novo processo da gestão do turismo de forma integrada e feita pelos membros da comunidade

Outras considerações negativas devem ser feitas. A falta de sanitários em cada uma das propriedades é um ponto fraco que deve ser levado em consideração, além de investir na instalação de banheiros para uso dos visitantes deve-se pensar em alternativas até a construção desses. O mesmo acontece com alimentação, é necessário planejar os locais de almoço e/ou piquenique previamente. Assim, como a falta de local para descanso, pode ser um fator delimitante para o público.

Outro ponto a ser observado é a infraestrutura de acesso, da mesma forma que a estrada de chão remete ao rural e materializa o imaginário do turista, deve-se cuidar com o veículo utilizado para acessar os locais indicados. Indica-se também a implementação de placas em cada propriedade, indicando os respectivos nomes. Nas duas propriedades visitadas a entrada não possui identificação

FIGURA 7 - ENTRADAS DAS PROPRIEDADES DO SUJEITO C E D



FONTE: A autora (2021)

Deve-se atentar também com o atendimento ao turista, todos os produtores entrevistados vivem na propriedade somente com seus familiares, variando de duas a quatro pessoas. Não possuindo funcionários fixos que auxiliam na produção, os

Sujeitos A e C relataram que raramente contratam alguém para ajudar na colheita. Logo deve-se pensar quem atenderá os visitantes nos dias instituídos de visita, é necessário pelo menos uma pessoa para esse atendimento. O último ponto a ser observado é a escala da atividade, deve-se cuidar para não sobrecarregar esses produtores e suas unidades de produção, considerando o núcleo familiar disponível para a atividade e suas atividades econômicas agrícolas.

Uma das motivações do turista em procurar o ambiente rural, apontadas por Filippim e Hoffman (2005), é o desejo de experienciar e conhecer novas culturas, seu modo de vida, se diferenciando do meio urbano. A partir disto o projeto é pautado nas atividades diárias e práticas tradicionais das famílias envolvidas, procurando incluir o visitante no dia-a-dia do produtor. Para manter a proposta de um turismo rural de base comunitária e democrático, as ideias e propostas seguintes foram pensadas junto aos Sujeitos durante as entrevistas e conversas, e mais tarde organizados pela autora.

Como disposto no capítulo anterior, o maior interesse do Sujeito A é de aumentar sua venda de frutas, uma vez que sua venda destinada à merenda escolar é vendida por um preço fixo o quilo. As produções citadas de ameixa preta, caqui e pêssgo estão anualmente produzindo, sempre ofertando uma dessas em grandes quantidades.

Durante a conversa a ideia do produtor era constituir uma loja com produtos locais, para isso a estrutura física da loja teria que ser construída. A segunda proposta foi instituir um sistema “colha e pague” direto do pomar, assim os visitantes teriam mais autonomia, sem a necessidade de assistência constante. Como parte da proposta, o produtor gostaria de conversar com os turistas sobre sua propriedade e produção de frutas, além de ensinar no início da atividade como colher corretamente cada uma para não danificar os pés. Esse também incluiu que poderia ser realizado o comércio de mudas das mesmas. Com o sistema escolhido deve-se atentar a época de colheita de cada fruta, sendo necessário agendamento prévio das visitas.

O Sujeito B desde o início da conversa sabia que gostaria de explorar mais a meliponicultura na atividade turística, hoje o produtor possui cerca de 30 caixas com duas espécies diferentes, Iraí (*Nannotrigona testaceicornis*) e Mandaçaia (*Melipona quadrifasciata*), consideradas abelhas sociais, que podem ser manejadas sem o uso de proteção, pois não possuem ferrão, sendo uma atividade segura para visitantes que não tem nenhum conhecimento sobre. O Sujeito produz e vende parte do mel na

feira de Antonina, outra metade fica para uso pessoal, conforme relato, sua esposa faz doces, bolachas e pães com esse. A primeira ideia foi realizar uma pequena aula com os visitantes, para que ele pudesse compartilhar seus ensinamentos e fazer uma degustação dos dois tipos de mel, já que eles possuem diferenças. Essa se manteve, logo a proposta para sua propriedade é a realização de uma oficina de criação de abelhas, explicando ao turista como iniciar a atividade, como cuidar e colher o mel. Oferecendo também a possibilidade de comprar o próprio mel e doces de sua esposa.

Com o Sujeito C a conversa foi parecida, esse se orgulhava da sua produção de palmito pupunha, cerca de 1500 pés, e lichia, cerca de 50 pés. O palmito pupunha hoje representa uma alternativa para o palmito juçara, original de Mata Atlântica. Seu corte foi proibido em meados de 1980 com a delimitação da APA de Guaraqueçaba, como discutido anteriormente no Marco teórico, trazendo diversas consequências e adversidades para a região. Hoje sua plantação carrega um significado cultural, e muitas histórias.

Outro fator de orgulho é sua produção de orgânicos, em 2017 o produtor mudou o sistema de plantio e conseguiu a sua certificação, que deve ser comprovada a cada seis meses. De acordo com o Sujeito C a plantação de lichia é complicada e poucos pés crescem e produzem frutos, por conta disso sua produção é ainda mais valorizada. Desde 2017 este influenciou mais de quinze cooperados da Copasol a trabalharem com produtos orgânicos para conseguirem suas certificações.

Durante a visita ao local passamos por um lago com um pequeno campo aberto ao lado, formando uma vista repleta de flora típica da mata atlântica, ao indagar se poderíamos usar o local para descanso e/ou piquenique ele concordou. Logo a proposta para o local seria compartilhar os conhecimentos do Sujeito C sobre produção de orgânicos, sobre alternativas de plantio, cuidados e manejo da terra, até a plantação de hortaliças em pequenos locais e vasos. Oferecendo também um espaço para realizar um piquenique após a oficina.

FIGURA 8 - PROPRIEDADE SUJEITO C



FONTE: A autora (2021)

O Sujeito D sua maior produção são hortaliças e folhas orgânicas, a fim de aumentar sua venda foi proposto um modelo de “sacolão” na propriedade, assim por um preço fixo os visitantes têm direito a escolher alguns dos itens disponíveis, que variam com a época. O produtor ainda é um dos únicos cooperados que possuem

animais, sendo esses sete cavalos, duas vacas, meia dúzia de galinhas e uma dúzia de ovelhas. A ideia inicial foi ensinar os visitantes a tirar leite das vacas e recolher ovos das galinhas, por conta do número pequeno de animais a segunda proposta que surgiu foi passeios a cavalo. Ao visitarmos o estábulo o Sujeito ainda explicou que os cavalos estão acostumados e são dóceis.

FIGURA 9 - PROPRIEDADE SUJEITO D



FONTE: A autora (2021)

O último entrevistado, Sujeito E, tem como foco principal suas geleias e pães. Como levantado na pesquisa anterior, esse gostaria de compartilhar sua

paixão por gastronomia e cozinha caseira com os turistas, logo, além de disponibilizar seus produtos para venda, a proposta principal que surgiu foi ser o local de almoço, possuindo um prato da culinária local por dia de visita. Não sobrecarregando com a elaboração de um buffet ou diversas opções. Mantendo o ambiente aconchegante e caseiro. O local disponível para essa refeição acontecer é um espaço construído para ser churrasqueira da família, acomoda cerca de 30 pessoas, com mesas de tijolo embutidas, banheiros e locais para sentar. Como o espaço é próximo da casa não seria necessário a construção de uma cozinha especial. Um ponto levantado durante a conversa foi a necessidade de lonas, ou material similar que possibilita fechar o local, fazendo o papel de paredes nos dias de frio ou chuva, já que a estrutura é aberta e não possui paredes em dois dos quatro lados.

Nas atividades apresentadas o caráter rural é presente, reconhecendo essas características para considerar as atividades como turismo rural. De acordo com Krahl (2003) seis objetos devem ser analisados quando usamos a nomenclatura, quanto a escala, localização, atividades agropecuárias, qualidade da paisagem, aspectos culturais e diversificação dos serviços de oferta. Todos presentes na proposta descrita no próximo capítulo. Considerando a cooperativa de agricultura familiar, a atividade turística que será desenvolvida nas unidades de produção desses agricultores se enquadra como TRAF, uma vez que mantém as atividades econômicas típicas e favoráveis ao patrimônio local, valorizando e compartilhando seu modo de vida como oferta de serviços turísticos.

Protagonizando a própria localidade e seus recursos endógenos, esses passam a ser sujeitos e não objetos do processo. Desenvolvendo um turismo de base comunitária nas unidades de produção, onde a comunidade se organiza de forma associativa a fim de possuir o controle das atividades econômicas associadas à atividade turística, logo a autogestão dos recursos funciona como prática democrática (CORIOLANO, 2009; IRVING, 2009).

Para Mielke (2010) a organização institucional da atividade turística tem ligação com o cooperativismo. A gestão já madura de uma cooperativa é capaz, de forma integrada e junto a uma identidade regional reconhecida, de avançar para um desenvolvimento sustentável da atividade turística. A proposta de um roteiro de turismo de base comunitária, inserido no contexto cooperativo, pode resultar em

comunidades fortes e culturalmente preservadas, possibilitando a expansão de empreendimentos, novas ofertas de turismo e cooperativas já existentes.

5 PROJETO DE TURISMO: “ROTEIRO TURISTICO COPASOL CACHOEIRA

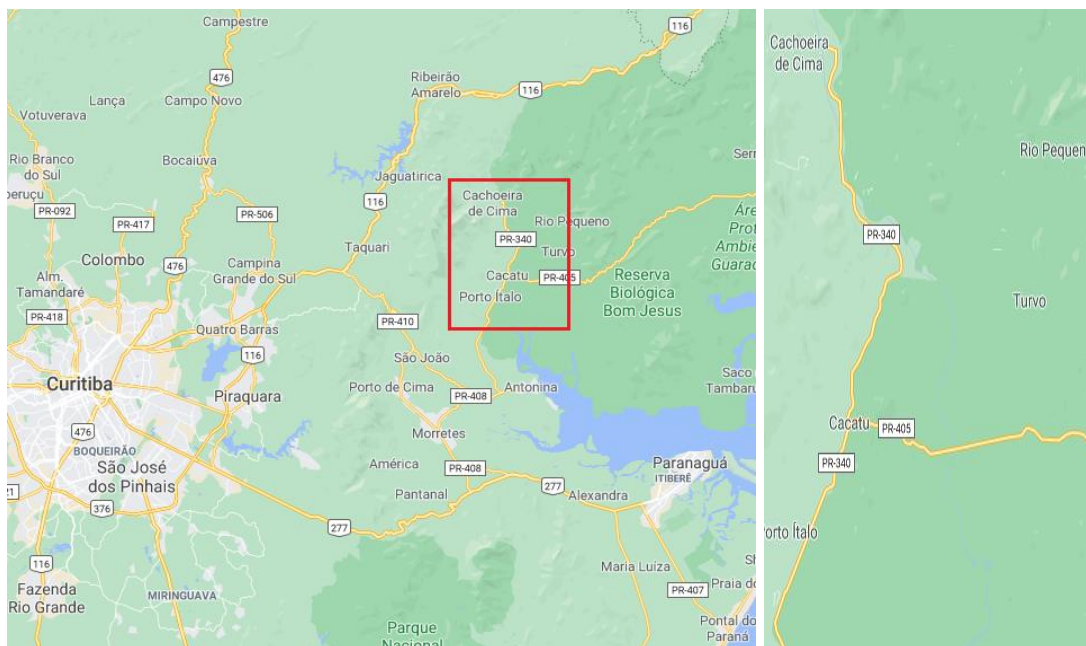
Neste capítulo apresenta-se a proposta do projeto e seu desenvolvimento, considerando as ações e pesquisas anteriores. Perpassando suas etapas de execução, recursos humanos envolvidos, orçamento e retorno do investimento.

O projeto tem como principal objetivo possibilitar o conhecimento da vida do produtor rural. Voltando sua atenção às atividades realizadas em cada propriedade, gerando apreço pela cultura local. Entregando aos cooperados participantes uma proposta de roteiro turístico de base comunitária para instituição da atividade turística na comunidade Cachoeira.

5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto propõe a criação de um roteiro turístico que abrange aspectos culturais, naturais, e históricos da comunidade Cachoeira, localizada na área rural de Antonina. A comunidade está localizada a aproximadamente 28 km do centro de Antonina, é composta pelos bairros Cachoeira de Cima, Bairro Alto, Cacatu, Turvo e Rio Pequeno. E recebe seu nome por conta do Rio Cachoeira, que banha todas as localidades citadas. Nas figuras 21 e 22 a seguir é possível observar a região onde a comunidade está localizada

FIGURA 10 - LOCALIZAÇÃO DA COMUNIDADE CACHOEIRA



FONTE: GOOGLE MAPS (2021).

A proposta do roteiro contempla inicialmente as cinco propriedades que participaram desta pesquisa e os dois atrativos naturais da comunidade identificados pelos sujeitos. Posteriormente, prevê-se que mais propriedades se integrem a proposta na medida que seja discutida na comunidade. A proposta tem como objetivo aproximar o turista ao modo de vida dos produtores rurais cooperados, visando a troca de experiências, a divulgação da produção orgânica de alimentos e a comercialização de produtos.

Para o desenvolvimento da proposta do roteiro foram definidas atividades turísticas principais a serem oferecidas por cada propriedade de acordo com as entrevistas com os produtores, conforme apresentado no Quadro 5.

QUADRO 5 - SÍNTESE DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS A SEREM OFERTADAS.

Propriedade	Atividade
Sujeito A	Colheita de Frutas
Sujeito B	Oficina de abelhas nativas
Sujeito C	Oficina de orgânicos e local para piquenique

Sujeito D	Passeio a cavalo e sacolão de hortaliças
Sujeito E	Alimentação
Rio Cachoeira	Atrativo natural
Cachoeira Salto do Saci	Atrativo natural

FONTE: A AUTORA (2021).

Acrescenta-se também que em todas as propriedades será possível comprar os produtos dos cooperados. A venda de produtos para o PNAE e feira de Antonina continuará normalmente. Para os turistas, é necessário organizar um espaço para que os procedimentos de pesagem, embalagem e venda sejam realizados em cada propriedade. Na figura 4 abaixo observa-se a localização de cada propriedade e atrativos. Os caminhos foram demarcados pela autora com o fim de demonstrar os caminhos existentes.

FIGURA 11 - LOCALIZAÇÃO DAS PROPRIEDADES E ATRATIVOS DA COMUNIDADE CACHOEIRA



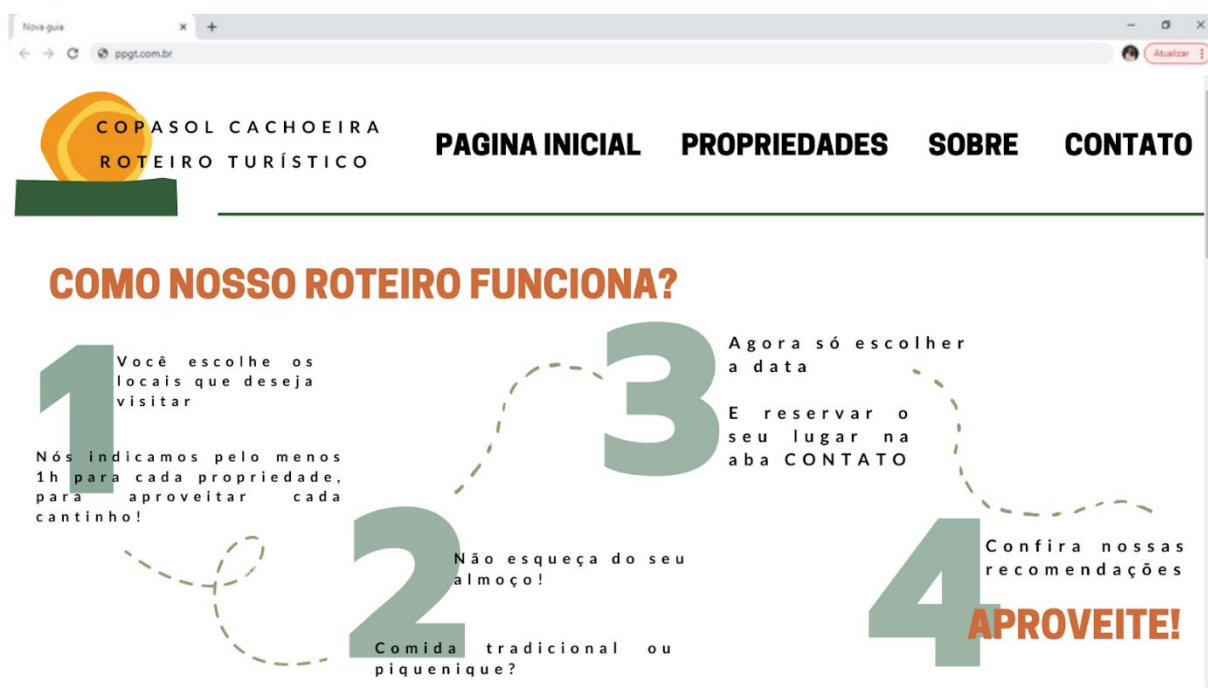
FONTE: A autora (2021)

A partir das opções de visitas, o turista pode escolher e montar o seu roteiro. Assim o turista tem a oportunidade de determinar e visitar os atrativos e atividades que têm interesse. No site do roteiro é disponibilizado um passo a passo para o turista, instruindo de como programar o seu trajeto.

O agendamento das visitas deve ser realizado com a secretária da cooperativa, com o Sujeito F, em horário comercial. Assim o visitante liga ou envia e-mail pelo site e consegue agendar todas as atividades que gostaria de realizar. Da mesma forma, o controle de quantidade de pessoas fica centralizado, não ultrapassando a quantidade suportada. Em caso de desistência ou remarcação o processo é o mesmo, assim ao final da semana é repassada a agenda da semana seguinte para os cooperados.

Na figura 24 abaixo é possível observar um protótipo, seguido pela logo proposta na figura 25.

FIGURA 12 - PROTÓTIPO SITE



FONTE: A autora (2021)

FIGURA 13 - LOGO PROPOSTO PARA ROTEIRO



FONTE: A autora (2021)

Sugere-se uma logomarca diferenciada para o Roteiro Turístico Copasol, porém interligada a imagem da Cooperativa. A imagem da Figura 25 é uma adaptação da logo atual da cooperativa.

O tempo médio de visita em cada propriedade é cerca de uma hora, não considerando o deslocamento entre elas. Para locais de almoço e piquenique se indica no mínimo uma hora e meia, pensando também como um momento de descanso, uso de sanitário e para aproveitar o local, sua paisagem e produtos para venda.

O acesso às localidades será realizado com carro particular, por ser um roteiro personalizado, cada itinerário tende a ser diferente. Assim o visitante deve se atentar às condições das estradas, uma vez que elas são em sua maioria de terra. É proposta a implementação de placas de sinalização do próprio roteiro, para orientar os caminhos a serem percorridos.

O acompanhamento é realizado dentro de cada propriedade e como o proprietário julgar melhor. Propõe-se a disponibilização de um mapa no site do roteiro, assim os visitantes podem baixar ou imprimir com antecedência, auxiliando na localização.

Ressalta-se a importância do bacharel em turismo no processo de planejamento, implantação e assessoria na gestão do roteiro, necessitando estratégias do profissional para que a cadeia do setor atue em harmonia (MULLER e SILVA, 2011). Para Duque e Mendes (2006) para que não haja comprometimento na elaboração, assim como nos objetivos e ações propostas no desenvolvimento de uma atividade turística, é importante a ordenação do trabalho do bacharel de turismo. Esse deve estar presente desde a elaboração do plano de desenvolvimento turístico, até na comunicação com o turista.

O gerenciamento da atividade é responsabilidade da Cooperativa Copasol, especificamente do grupo em questão que decidiu implementar a atividade, com a assessoria do bacharel em turismo no primeiro ano. A ITCP trabalha com assistência se necessário, mas não tem a função de gestão, disponibilizando para o projeto uma bolsa para estudante da ITCP, assinando um contrato de 12 horas, ficando como prioridade o auxílio ao projeto da Copasol. A bolsa tem valor mensal de R \$400,00 reais, anualmente representando R \$4800,00 reais.

Busca-se também parceria com o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná Iapar-Emater (IDR-Paraná), devido à sua atuação em projetos de turismo rural na agricultura familiar, além de assistência técnica já presente na cooperativa, e regularização de registros sanitários necessários e respaldo referente segurança alimentar. E de apoio do poder público do município de Antonina para instalação de sinalização viária, tanto na estrada principal para o roteiro, como para chegar nos locais indicados como atrativos naturais.

O preço de cada propriedade e cada atividade realizada deve ser calculado pelos proprietários. Estipula-se um percentual fixo de 5% do valor cobrado deve retornar para a cooperativa, para ser utilizado para melhorias nas infraestruturas como um todo, placas, informativos, site, futuras propostas, etc.

A divulgação será através de redes sociais, Facebook, Instagram e site próprio, a fim de disseminar o roteiro, por ser de fácil acesso a diversos públicos, difundindo a proposta e alcançando pessoas interessadas. Logo sua comercialização é pelas mesmas plataformas, necessitando ligar ou mandar e-mail para confirmar sua reserva.

Como a atividade turística entrará como uma segunda atividade nas propriedades fica delimitado um dia para visitas, para que não atrapalhe as atividades já realizadas em cada uma. Pensando também nos visitantes é proposto

acontecer aos finais de semana, a cooperativa em conjunto deve escolher sábado ou domingo.

De acordo com IAMUQUE (2018) o visitante de Antonina é residente de Curitiba, esse com a sua família a procura de lazer. Andrukiu e Gândara (2015) ainda apontam que o turista busca relaxar e fugir de sua rotina. Compactuando com a proposta do turismo rural. Sendo assim o produto é voltado para pessoas que tenham interesse em vivenciar e conhecer um pouco da vida do produtor familiar, assim como o ambiente em que está inserido. De acordo com Moletta (2000) o visitante que busca esse tipo de segmento, em sua maioria é classe média familiar e estudantil. Onde casais, famílias ou pequenos grupos de amigos buscam um ambiente para ter contato com a natureza, sendo esse o público principal do roteiro. Já o estudantil representa uma proposta para investimento futuro.

5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Para que seja possível a realização do roteiro de forma organizada e com retorno financeiro, este capítulo apresenta as etapas para a execução do projeto, divisão dos recursos humanos que o abrangem e descrição do orçamento necessário.

5.2.1 Descrição das Etapas para a Execução do Projeto (com cronograma).

O Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2007) descreve em seu módulo sete (operacional) os passos necessários para a realização de um roteiro. Esses, juntamente com o processo descrito por Nitsche e Szuchman (2005), que se divide em cinco etapas para o planejamento no turismo rural de forma mais específica, são utilizados em conjunto para orientar o planejamento do presente projeto de roteiro turístico rural, conforme Quadro 6.

O projeto seguirá o processo de execução constituído por três principais etapas: planejamento, implementação e monitoramento. A partir dessas compreende-se outras atribuições. No quadro a seguir é possível observar as ações realizadas para implementação.

QUADRO 6 - AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UM ROTEIRO.

Planejamento	Inventário da área
	Análise situacional
	Prognóstico
	Plano de ação
	Definição de competências e funções
Implementação	Envolvimento dos atores
	Qualificação dos serviços turísticos
	Desenvolvimento
	Promoção e comercialização
Monitoramento	Monitoria e avaliação

FONTE: A autora (2021), com base em Nitsche e Szuchman (2005) e Brasil (2007)

É necessário acordar a importância da presença do bacharel em turismo em conjunto com a Copasol, a fim de implementar as ações previstas. As etapas realizadas pela autora serão disponibilizadas para a Copasol, assim até que a comunidade se sinta segura em assumir a gestão integral do turismo, a gestão será compartilhada

A primeira etapa de planejamento foi realizada pela autora com embasamento bibliográfico, entrevistas e visitas. Esses processos ocorreram a fim de identificar aspectos a serem considerados na elaboração do roteiro. Como o inventário da área e análise situacional, realizada para ajudar a compreender os locais da comunidade e as propriedades participantes. O prognóstico corresponde a interpretação de dados, para se entender os pontos fortes e fracos de cada local, e as melhorias necessárias. Em seguida foi realizado o plano de ação do roteiro, definindo as competências e funções dos participantes dentro do proposto, assim como deveres administrativos.

A segunda etapa deve-se realizar uma proposta de envolvimento de atores, procurando instâncias de apoio para o roteiro, como Órgão Municipal de Turismo, Instância de Governança Regional, IDR-Paraná e parceiros como ITCP.

Propõe-se aqui, antes da implementação do roteiro, a qualificação dos serviços turísticos e dos envolvidos, no caso do presente trabalho, dos Sujeitos participantes e suas famílias, promovendo capacitação profissional e gerencial. A

capacitação deve tratar de temas como atividade turística, gestão, relação com os visitantes e cooperação e turismo rural. Com o propósito de instruir os cooperados como proceder com a nova atividade. E pode ocorrer na sede da cooperativa onde são realizadas as reuniões.

Na implementação e desenvolvimento do roteiro é necessário atentar-se à promoção e comercialização, já definidos anteriormente. Colocando em prática através de elaboração e oferta de material promocional e publicitário, estabelecendo tarifas adequadas para o roteiro turístico.

Por fim a monitoria e avaliação deve ser realizada constantemente, determinando indicadores específicos para estabelecer se os objetivos do projeto foram alcançados, analisando os impactos positivos e negativos da atividade no local.

No quadro 7 a seguir, apresenta-se de modo sintetizado as próximas etapas necessárias para implementação do roteiro na comunidade Cachoeira.

QUADRO 7 - ETAPAS NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO ROTEIRO NA COMUNIDADE.

Atividades	Tempo em meses									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Apresentar o projeto a Copasol Cachoeira										
Planejamento das propriedades										
Editais de fomento										
Capacitação dos cooperados										
Confecção das placas das propriedades										
Elaborar divulgação do roteiro (site, panfletos, redes sociais)										
Teste do Roteiro										
Divulgação do Roteiro										
Monitoria e Avaliação										

FONTE: A autora (2021)

5.2.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa

Os primeiros procedimentos referentes ao planejamento do roteiro foram efetuados pela autora, como descrito ao longo do trabalho. A partir da etapa de implementação, são necessárias atividades de terceiros e parcerias, essas citadas ao longo do capítulo.

Para facilitar a articulação entre os participantes do roteiro propõe-se a criação de um grupo com todos os sete sujeitos, cinco donos das propriedades estudadas e dois que trabalham no administrativo da cooperativa.

Na segunda etapa é necessária a contratação de um profissional para o desenvolvimento do site e divulgação nas redes sociais. Após estruturação e programação, quem irá atuar na comunicação e atualização das redes sociais é o Sujeito F, juntamente com o controle de reservas. A bacharel de turismo poderá auxiliar na atividade caso seja necessário.

Nesta mesma fase deve-se produzir as placas informativas para as propriedades, para os dois processos será realizado orçamentos e a empresa ou profissional que atender as necessidades da cooperativa será escolhida.

5.2.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa

Aqui será apresentada a descrição dos orçamentos necessários para dar início e desenvolver gradualmente o roteiro. Apresenta-se no quadro a seguir os custos gerais, cada valor cotado para um ano.

TABELA 1 –CUSTOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO.

Etapas	Recursos necessários	Quantidade	Valor unitário	Valor Total
Confecção das placas para as propriedades ⁵	Placa de madeira entalhada 100,5x70cm	5	R\$ 420,00	R\$ 2100,00
	Suporte de madeira para placa	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Instalação das placas nas propriedades	Prego Aço Polido Ardox 4,4x110,4mm 20x48 1kg ⁶	Pacote com 67	R\$ 42,90	R\$ 42,90

⁵ Custo definido através do site <<https://cutt.ly/lzV8JHMI>> Acesso em: 13 de março de 2021

⁶ Custo definido através do site <<https://cutt.ly/izV8Fvw>> Acesso em: 13 de março de 2021

	Martelo Cabo de Madeira 26cm Dexter ⁷	1	R\$ 26,90	R\$ 26,90
	Serviço de instalação ⁸	5	R\$150,00	R\$ 750,00
Instalação de banheiro	Banheiro químico standart ⁹	4	R\$ 1674,00	R\$ 6696,00
	Pia dupla portátil reservatório 300L ¹⁰	2	R\$ 575,00	R\$ 1150,00
Elaboração site para o roteiro	Plano de hospedagem de site ¹¹	12 meses	R\$ 9,90/mês	R\$ 118,80
	Elaboração do site ¹²	1	R\$ 1500,00	R\$ 1500,00
Serviços	Serviço reservas e comunicação nas redes sociais ¹³	12 meses	R\$1000	R\$12000,00
	Serviços bacharel de turismo ¹⁴	12 meses	R\$1.974,79	R\$ 23697,45
Valor total do investimento total				R\$48282,05

FONTE: A autora (2021)

Considerou-se somente os custos da cooperativa em conjunto para dar início a atividade. Os investimentos em cada propriedade, assim como o lucro advindo da atividade com os valores que esses instituíram são integralmente dos proprietários.

Para o financiamento do projeto busca-se chamadas de editais públicos e privados para o fomento da atividade turística. Assim como possíveis patrocinadores, desde a própria UNICAFES até organizações do terceiro setor e iniciativas privadas.

Para os itens listados foram analisadas propostas e orçamentos diferentes. As placas escolhidas são entalhadas em madeira pinus com espessura de 3cm, com as letras escurecidas com anilina especial para madeira e posteriormente envernizadas junto com a placa. Abaixo é possível observar a ideia proposta, utilizando as fazendas dos Sujeitos C e D como exemplo. Duas das cinco

⁷ Custo definido através do site < <https://cutt.ly/8zV8UAY>> Acesso em: 13 de março de 2021.

⁸ Cotação realizada no site < <https://cutt.ly/FzV8c9U>> Acesso em: 15 de março de 2021.

⁹ Custo definido através do site < <https://cutt.ly/5zV80rR>> Acesso em: 15 de março de 2021.

¹⁰ Custo definido através do site < <https://cutt.ly/PzV4qgV>> Acesso em: 15 de março de 2021.

¹¹ Custo definido através do site < <https://cutt.ly/kzV4o7A>> Acesso em: 13 de março de 2021.

¹² Cotação realizada no site < <https://cutt.ly/FzV4kaF>> Acesso em: 13 de março de 2021.

¹³ Salário baseado pelo site < <https://cutt.ly/DzV4USY>> Acesso em: 13 de março de 2021.

¹⁴ Salário baseado pelo site <<https://cutt.ly/MzV4Byk>> Acesso em: 13 de março de 2021.

propriedades não possuem o suporte já construído, para essas a placa seria instalada juntamente com o suporte, orçado separadamente.

FIGURA 14 - PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE PLACAS INFORMATIVAS



FONTE: A autora (2021)

Da mesma forma que duas das propriedades não possuem banheiros para os visitantes utilizarem, para essas foram orçados quatro banheiros químicos e duas pias, para uso até que esses não sejam construídos. Assim, dois banheiros, para serem divididos entre feminino e masculino, e uma pia permaneceriam em cada propriedade. Propõem-se que o primeiro retorno financeiro seja destinado a construção de banheiros.

Para a criação do site é necessário a contratação de um profissional web designer, para esse foi realizado uma média de profissionais freelancer. O registro do domínio brasileiro é pago por ano, e funciona como um aluguel, deve ser renovado todo ano, com a consolidação do roteiro pode-se pagar adiantado por

anos. A situação da hospedagem do site é parecida, deve-se pagar anualmente, e essa possui diferentes preços para cada modalidade. Não se optou por uma hospedagem gratuita por conta de suas restrições, utilizando aqui UOL host. No plano UOL anual está incluso o registro do domínio brasileiro.

A atualização e comunicação em redes sociais, e reservas são atribuídas a secretária da cooperativa, que hoje realiza o trabalho administrativo da Copasol. O valor padrão para o cargo de gerente de mídias sociais no mercado foi de acordo com IBRAldi (2014) varia a partir de R\$1000,00 para 8 horas diárias, fechando 40 horas semanais. Totalizando o valor anual de R\$1200,00

O serviço do bacharel em turismo de planejamento, implantação e assessoria na gestão é calculado considerando o salário piso por hora de um turismólogo é de aproximadamente R \$1974,79, sendo a hora R \$9,41. Totalizando anualmente R \$23697,45 (SALÁRIO, 2021).

Sendo assim, os únicos custos fixos do roteiro, são relativos ao site e aos salários dos serviços indicados. Totalizando o projeto com o valor de investimento de R\$48.282,05, já considerando os valores dos serviços mensais necessários para um ano (bacharel de turismo, gerenciamento de mídias e reservas e hospedagem do site), logo esse valor cobre o primeiro ano do projeto.

FIGURA 15 - PROPOSTA DE SITE PARA COMERCIALIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO ROTEIRO





FONTE: A autora (2021)

5.2.4 Avaliação do retorno do investimento

Como demonstrado anteriormente o roteiro apresenta um investimento inicial de R\$ 48.282,05. Para mensurar o tempo de retorno do investimento, considera-se o valor cobrado por pessoa para participar do roteiro, definido inicialmente em R\$20,00, esse para manter o roteiro, pensando nas despesas fixas e futuros imprevistos e despesas

Considerando que o roteiro atinge 15 pessoas semanalmente, funcionando somente nos finais de semana. Ao final do mês terá recebido R \$1.200,00, atendendo essas 60 visitas mensalmente. Extraíndo o valor fixo mensal do site, de R \$9,90, fecha-se o mês com R \$1.190,10. Desta maneira, seriam necessários cerca de 40 meses para o investimento retornar, cerca de três anos e três meses. Vale considerar que esse valor engloba um ano de roteiro, com os salários anuais inclusos.

Utilizando o roteiro como instrumento para promoção da localidade, impulsionando a comunidade, ao longo do tempo se tem um retorno para a comunidade, o dinheiro investido pode ser convertido como melhorias a longo prazo. Recordando ainda a nova economia gerada dentro de cada propriedade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como finalidade analisar o potencial das propriedades dos cooperados da Copasol Cachoeira e da comunidade Cachoeira, para o desenvolvimento do segmento de turismo rural de base comunitária. Apresentando discussão teórica acerca do tema, procedimentos metodológicos para a realização da pesquisa e uma análise dos resultados obtidos, concluindo com a proposta do projeto “Roteiro turístico Copasol Cachoeira”, um roteiro de base comunitária implementado nas unidades de produção de produtores familiares.

A partir do objetivo geral da pesquisa surgiram outros quatro objetivos específicos: a) Desenvolver referencial teórico para sustentar o estudo da atividade turística rural relacionada às dinâmicas agrícolas familiares e cooperativas por meio do planejamento de um roteiro turístico; b) Identificar as propriedades de cooperados interessados em constituir um roteiro; c) Identificar a oferta de atrativos, serviços e equipamentos turísticos presentes nas propriedades e no entorno; d) Elaborar propostas para composição de um roteiro turístico considerando os aspectos necessários no planejamento do mesmo.

No marco teórico foram descritos e relacionados os principais temas da pesquisa turismo rural e roteiros turísticos, e suas subdivisões e conceitos. Quanto à metodologia, foram descritos os instrumentos e técnicas de coleta e análise de dados utilizados, pesquisa bibliográfica e documental, e entrevistas semi-estruturadas e observação assistemática.

Após análise de atas da cooperativa, da comunidade Cachoeira e entrevistas com os cooperados interessados foi possível constatar o potencial da comunidade em desenvolver uma atividade turística, e entender como a associação se constitui e funciona.

As entrevistas foram essenciais para chegar na conclusão, uma vez que pela pandemia do COVID-19 as observações e visitas previstas foram limitadas e reduzidas. A pesquisa bibliográfica foi indispensável para se entender quais os elementos que devem guiar uma atividade turística rural de base comunitária voltada para produtores familiares, assim como a pesquisa documental apontou o início do interesse da atividade da comunidade.

A partir da pesquisa realizada percebeu-se as potencialidades de cada propriedade com as atividades agrícolas já realizadas. Utilizando então da pluriatividade, aqui caracterizada como atividade turística, como geração de nova renda através de novas oportunidades de negócios. Possibilitando um movimento de valorização das diversas funções da agricultura, e dos diferentes papéis da agricultura familiar.

A recente onda de valorização e demanda do espaço rural e sua preservação, seja ambiental como cultural, também apontam uma oportunidade para a cooperativa de iniciar a atividade. Outra potencialidade levantada é a organização social da cooperativa e gestão já organizada de forma associada. Acredita-se que o cooperativismo pode ser um aliado ao início da atividade turística na região, facilitando o processo de implementação de uma nova atividade. Assim como a assistência governamental que a cooperativa recebe hoje e o interesse dos cooperados na proposta, também demonstram potencial na efetivação projeto

Situações adversas a atividade turística devem ser repensadas e contornadas, como as limitações de infraestrutura das propriedades e a falta de sanitário e placas informativas, necessitando pensar-se em propostas para situação. A restrição de um dia de visita pode também ser uma limitação.

A partir da discussão levantada, o projeto Roteiro Turístico Copasol Cachoeira propôs um roteiro integrando cinco propriedades de cooperados e dois pontos de lazer na comunidade, indicados por esses proprietários. Buscando atender uma demanda que procura conhecer novas culturas diferente do meio urbano, experienciando práticas diárias e tradicionais e aproximando o turista do produtor familiar. O projeto almeja ser instrumento de valorização e conservação local, do modo de vida, cultura e do espaço, utilizando o turismo como forma de desenvolver novas atividades no meio rural.

Espera-se que esse trabalho possa ser utilizado pela cooperativa, e que sirva de auxílio caso a atividade turística realmente deseje ser implementada na comunidade. Para dar continuidade a esse trabalho, sugere-se uma análise a fim de entender o protagonismo da cooperativa na atividade turística, compreendendo o tempo disponível de cada participante, os filhos e jovens interessados da comunidade, as relações, conflitos, aptidões e outros elementos e condições que influenciam na proposta. Avaliando questões relacionadas a apropriação da gestão do roteiro pela comunidade.

7 REFERÊNCIAS

ADEMADAN. Os desafios para Antonina. Disponível em: <https://www.ademadan.org.br/os-desafios-para-antonina>. Acesso em: 28 nov. 2020.

ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC. 2000. 263p.

ANDRUKIU, A. M. G.; GÂNDARA, J. M. G. As emoções no destino: classificando os atrativos turísticos de Antonina, Paraná. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. 12, n. 1, p. 344 – 369, jun. 2015. Disponível em: <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/545/650>. Acesso em: 26 nov. 2020.

ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA DOS MORADORES PROPRIETÁRIOS DE WITMARSUM (ACMPW) – Site Institucional. Disponível em: <http://acmpw.com.br/>. Acesso em: 29 nov. 2020.

BAHL, M. **Roteiros e eventos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do turismo**. Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt13-roiteiros.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2020.

BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. Protexoto: Curitiba, 2004.

BAHL, M.; NITSCHKE, L. B. Roteiros e itinerários turísticos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do turismo. In: RAMOS, Silvana Pirillo (org.). **Planejamento de roteiros turísticos**. Porto Alegre: Asterisco, 2012.

BALDISSERA, L. M. **Representação dos Legados Étnicos da Comunidade de Castrolanda (Paraná, Brasil)**. 2014. 114 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BARBOSA, A. R. **Turismo rural cooperativo: abrindo a porteira para a sustentabilidade**. 2008. 127f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7801/1/cccc55555.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2020.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BARRETO, E. O.; TAVARES, M. G. C. O Turismo de Base Comunitária em uma comunidade ribeirinha da Amazônia: o caso de anã na reserva extrativista tapajós-arapiuns, Santarém (PA). *Revista Brasileira de Ecoturismo (Rbecotur)*, v. 10, n. 3,

p. 1-33, 31 ago. 2017. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/6621/4228>. Acesso em: 17 nov. 2020.

BARTHOLO, R. Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária. In: BARTHOLO, R.; SANSELO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 1-508. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/TURISMO_DE_BASE_COMUNITARIA.pdf. Acesso em: 09 nov. 2020.

BENI, M. C. Política e estratégia de desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Turismo em Análise**, 10(1), p. 7-17, maio 1999.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 8ª ed. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2001.

BENI, M. C. Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo. In: BARRETO, M; TAMANINI, E. (Orgs.). **Redescobrimos a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.

BIELINSKI, A. C. **Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro: dos pressupostos aos reflexos de sua criação (de 1856 a 1900)**. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) –Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

BURSZTYN, I. BARTHOLO, R. O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. **Sustentabilidade em Debate**, v. 3, n. 1, p. 97-115, jan. 2012. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sust/article/view/15500>. Acesso em: 09 dez. 2020.

BRAMBATTI, L. E.; NITSCHKE, L. B. Associativismo e Participação comunitária: o roteiro rural caminhos de Guajuvira, Araucária-PR, Brasil. **Rosa dos Ventos: Turismo e hospitalidade**, v. 10, n. 1, out. 17. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/4823>. Acesso em: 17 nov. 2020.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Turismo Rural**, 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/mma/pt-br> Acesso em 5 nov. 2020.

BRASIL, Secretaria da Agricultura Familiar. **Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar**: 2004/2007. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004. 22 p. Disponível em: <http://www.institutobrasilrural.org.br/download/20120220101524.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006.** Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília, 24 julho 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm#:~:text=Estabelece%20as%20diretrizes%20para%20a,Familiar%20e%20Empreendimentos%20Familiares%20Rurais. Acesso em: 20 nov. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Roteirização turística:** módulo operacional 7. Brasília: 2007. 56 p. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural.** Brasília: 2013. 43 p. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011:** região turística litoral do Paraná - Brasil. Paraná: Sebrae, 2008. 33 p. Disponível em: <http://pdsilitoral.com/wp-content/uploads/2018/05/PlanoLitoraldoParana-TURISMO.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2020.

BRASIL, Ministério do turismo. **Turismo rural:** orientações básicas. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 72 p. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e do Mercado.** Brasília: 1ª edição, 2010. 176 p. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo:** diretrizes. Brasília: 2013. 27 p. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf. Acesso em: 28 nov. 2020.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. Desenvolvimento local e democratização dos espaços rurais. **Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília**, v. 17, n. 1, p. 11-40, 125 jan./abr. 2000. Disponível em: <https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/8860/4986>. Acesso em: 12 out. 2020.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru-SP: EDUSP, 2000, p.145-179.

CANDIOTTO, L. Z. P. Elementos para o Debate Acerca do Conceito de Turismo Rural. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 3-24, abr. 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14203/16021>. Acesso em: 20 out. 2020.

CARVALHO, H. M. **Introdução à Teoria do Planejamento**. Ed. Brasiliense, 2ª edição, 1979.

CASTROLANDA. Nossa história. Disponível em: <https://www.castrolanda.coop.br/>. Acesso em: 29 nov. 2020.

COLEÇÃO SENAR. **Organizações coletivas no meio rural: associativismo e cooperativismo**. Brasília: Senar, 2019. 116 p. Disponível em: https://www.cnabrazil.org.br/assets/arquivos/259_ORGANIZA%C3%87%C3%95ES-COLETIVAS-NO-MEIO-RURAL.pdf. Acesso em: 20 nov. 2020.

CORIOLO, Luzia Neide Menezes Teixeira. Os limites do desenvolvimento e do turismo. **Revista de Turismo e Patrimônio Cultural**, Campinas, v. 1, n. 2, p. 161-171, 2003. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PASOS02.pdf#page=45>. Acesso em: 17 out. 2020.

COSTA, C. C. M.; SANTOS, C. S.; FACCIOLI, G. G. O turismo de base comunitária: possibilidades e limitações do turismo no meio rural. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU, 8, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: 2014. p. 1-19. Disponível em: <https://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/7.-O-TURISMO-DE-BASE-COMUNIT%C3%81RIA-POSSIBILIDADES-E-LIMITA%C3%87%C3%95ES-DO-TURISMO-NO-MEIO-RURAL.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

DREHER, M. T. Planejamento do turismo em áreas não urbanas: envolvendo a comunidade. In: IV CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, Joinville. **Anais...** Joinville: Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus/ielusc, 2004. p. 1-8. Disponível em: https://www.ufrgs.br/mercados/sumarios/anais4/gt07/marialva_dreher.pdf. Acesso em: 01 dez. 2020.

FABRINO, N. H. **Turismo de Base Comunitária: dos conceitos às práticas e das práticas aos conceitos**. 2013. 185 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/14215>. Acesso em: 12 nov. 2020.

FABRINO, N. H.; NASCIMENTO, E. P.; COSTA, H. A. Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 172- 190, dez. 2016.

FÁVERO, I. M. R. **Políticas de turismo**: planejamento na região uva e vinho. Caxias do Sul: EducS, 2006. 150 p. Disponível em: <http://ivanefavero.com.br/wp-content/uploads/2018/08/LIVRO.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2020.

FARIAS, A. P. P.; HOLM, C. C.; SALVATI, L. H.; CARDOZO, P. F. Os desafios no planejamento do turismo local: refletindo sobre Colônia Witmarsum, Palmeira/pr. In: IX FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU, 9., 2015, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: Festival Catarata, 2015. p. 1-14. Disponível em: <https://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2015/12/9.-Os-Desafios-no-Planejamento-do-Turismo-Local-Refletindo-sobre-Col%C3%B4nia-Witmarsum-Palmeira-PR.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2020.

FILIPPIM, M. L. Turismo no espaço rural: uma nova fronteira para o simulacro. **III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**, Caxias do Sul, p. 1-17, ago. 2005. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt9-turismo-no-espaco-rural.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

GARNICA, A. V. M. Algumas notas sobre Pesquisa Qualitativa e Fenomenologia. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v.1, n.1, 1997. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/icse/v1n1/08.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2020.

GRAZIANO, J.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. **Caderno Crh**: Revista de ciências sociais do centro de estudos e pesquisas em humanidades, Bahia, v. 11, n. 28, p. 1-44, 1998. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/crh/article/view/18685>. Acesso em: 17 nov. 2020.

IAMUQUE: INSTITUTO A MUDANÇA QUE QUEREMOS. **Pesquisa de Demanda Turística**: Antonina PR - 2018. Antonina: Iamuque, 2018. 27 p. Disponível em: <http://iamuque.org.br/wp-content/uploads/2018/06/Relat%C3%B3rio-Pesquisa-Demanda-Meios-de-Hospedagem-Antonina-2018b.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2020.

IDRHA. **Diversificação de atividades no meio rural**. Disponível em: http://www.idrha.min-agricultura.pt/meio_rural. Acesso em 13 nov. 2020.

IRVING, M. A. **Reinventar a reflexão sobre turismo de base comunitária** – inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Org.). Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 108-119.

JÚNIOR, A. T. A modernização da agricultura e os impactos sobre o trabalho. Scripta Nova. **Revista Eletrônica de Geografia e Ciências Sociais**: Universidad de

Barcelona. Vol. VI, núm. 119 (31), 1 de agosto de 2002. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn119-62.htm>> Acesso em: 16 set. 2020

KRAHL, M. F. L. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. 2003. 61 f. Dissertação (Mestrado em geografia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2003

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de Pesquisa. In: Fundamentos da Metodologia Científica. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003, p. 190-201. Disponível em: <https://metodologiaunirio.files.wordpress.com/2016/11/texto-tecnica-de-pesquisa.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2020.

LAUSCHNER, R. **Cooperativismo e agricultura familiar**. 1994. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/cooper-e-agric-familiar.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2020.

LÊNIN, V. L. **Capitalismo e Agricultura nos Estados Unidos da América**: novos dados sobre as leis de desenvolvimento do capitalismo na agricultura. São Paulo: Alicerces, 1980. 63 p. Disponível em: <https://pcb.org.br/porta1/docs/lenincapitalismoeagriculturaeua.pdf>. Acesso em: 19 out. 2020.

MALDONADO, C. **O turismo rural comunitário na América Latina**: gênese, características e políticas. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Org.). Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 25-44.

MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, 2, 2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. **Anais...** Bauru: USC, 2004. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manzini_2004_entrevista_semi-estruturada.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

MARQUES, P. E. M. e LACERDA, T. F. N. Representações sobre a vocação turística de Angra dos Reis: um estudo dos conflitos em torno do conselho de desenvolvimento rural e pesqueiro local, in: **II Encontro da ANPPAS**, Indaiatuba: 2004.

MARQUES, P. E. M.; SILVEIRA, M. A.; CARON, D. Iniciativas em torno da cafeicultura familiar no Sul de Minas Gerais: desenvolvimento territorial em questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 7., 2008, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Embrapa, 2008. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/15707>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MARQUES, P. E. M.; SILVEIRA, M. Â. Concepções em concorrência sobre o sistema agroalimentar: um estudo sobre a cafeicultura familiar de minas gerais. In: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA, 27., 2009, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: N Sei, 2009. p. 1-14. Disponível em: <https://cdsa.aacademica.org/000-062/382.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2020.

MATTEI, Lauro. O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo. **Rev. Econ. Ne**, Fortaleza, v. 45, n. 00, p. 71-79, maio 2014. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/documents/80223/205365/ren_2014_6_lauro_v2.pdf/. Acesso em: 23 nov. 2020.

MENEZES, A. **Nos rumos da cooperativa e do cooperativismo**. Stilo: Brasília, 2005.

MEYER, D. Tourism routes and gateways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. London: Overseas Development Institute. 2004.

MIECOANSKI, F. R.; PALAVECINI, A. C. ASSOCIATIVISMO: UMA ANÁLISE DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO RURAL CAMINHOS DO MARRECAS DE FRANCISCO BELTRÃO/PR. **Revista Estratégia e Desenvolvimento**, v. 3, n. 1, 23 abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/RED/article/view/18724>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MIELKE, E. J. C.; GANDARA, J. M. G.; SERRA, M. O modelo cooperativo de governança para destinos turísticos: resultados práticos da análise de duas experiências no Brasil. In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE COOPERATIVISMO, 5, 2008. Ribeirão Preto. **Anais...** São Paulo, 2008.

MIELKE, E. J. C. Cooperativas de Turismo: uma estratégia ao desenvolvimento turístico integrado - análise do roteiro dos imigrantes (paraná, brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 1-20, 7 ago. 2010. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v4i1.317>. Disponível em: <http://rbtur.org.br/rbtur/article/view/317/318>. Acesso em: 11 nov. 2020.

MIELKE, E. J. C.; SILVA, J. A. S. A cooperação no desenvolvimento de destinos turísticos: importância como política pública e como instrumento propulsor na comercialização de produtos turísticos locais. **Ritur: Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 2, n. 7, p. 3-21, maio. 2017.

MIGUEL, L.A., ZANONI, M.M. Práticas agroflorestais, políticas públicas e meio ambiente: o caso do litoral norte do Paraná. **Revista de Extensão Rural**, Santa Maria, n.5, p.9-23, 1998. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/6134/3641>. Acesso em: 26 nov. 2020.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001. Disponível em: http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1428/minayo_2001.pdf. Acesso em: 29 nov. 2020.

MOLINA, S.; RODRÍGUEZ A. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru: 1997.

NITSCHKE, Letícia Bartoszeck; SZUCHMAN, Tami. Planejamento no turismo rural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 5., 2005, Piracicaba. **Anais...** Piracicaba: 2005.

NITSCHKE, Letícia Bartoszeck. Aspectos do turismo rural: vertentes a partir da produção agrícola e da produção do turismo. In: GOMES, Bruno Martins Augusto; BAHL, Miguel. **Turismo e sociedade: aspectos teóricos**. Curitiba: All Print, 2019.

NOVAES, M. H. Turismo rural em Santa Catarina. **Revista Turismo em Análise**, v. 5, n. 2, p. 43-48, 10 nov. 1994. Universidade de São Paulo, Agência USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v5i2p43-50>. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63158/65948>. Acesso em: 09 nov. 2020.

Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). **O cooperativismo brasileiro: uma história**. Brasília, DF: Versão Br Comunicação e Marketing, 2004. 150 p. Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). História do Cooperativismo. Disponível em: <http://www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo>. Acesso em: 12 nov. 2020.

PARANÁ, Vale do Gigante. Conheça o Vale do Gigante Paraná. Disponível em: <http://www.valedogigantepr.com.br/>. Acesso em: 24 nov. 2020.

PARANÁ, Governo do Estado do. **Circuito em torno do Pico Paraná é novo atrativo do Litoral**. 2020. Disponível em: <http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=105821&tit=Circuito-em-torno-do-Pico-Parana-e-novo-atrativo-do-Litoral>. Acesso em: 26 nov. 2020.

PEDRON, F. A.. **Planejamento do turismo em áreas rurais: estudo do roteiro nostra colônia- jaguari- rs**. 2007. 91 f. Tese (Doutorado) - Curso de Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8890/1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 nov. 2020.

PEREIRO, X. **Itinerários Turístico-culturais: Análise a uma experiência na cidade de Chaves**. Actas do III congresso de Trás-os-Montes. Bragança. 2002. Disponível em: http://home.utad.pt/~xperez/ficheiros/publicacoes/turismo_cultural/Intinerarios_Turismo_Cultural_Urbano.pdf. Acesso em: 11 nov. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. 277 p. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/22504233/livro-e-book-prodanov-e-freitas-metodologia-do-trabalho-cientifico>. Acesso em: 26 nov. 2020.

RAIHER, A. P. **A evolução do capital humano e sua importância no crescimento econômico das microrregiões paranaenses no período de 1999 a 2006**. 143 f. Tese (Doutorado) - Curso de Economia, Ufrgs, Porto Alegre, 2009. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18814/000729190.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 16 set. 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

RICHTER, M.; CARIS, E. A. P. Planejamento de roteiros turísticos. In: RICHTER, M.; CARIS, E. A. P.; SOUZA, E. M. F. R.; COSTA, R. D.; CARVALHO, T. L. G. **Elaboração de Roteiros**. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2016. p. 1-324. Disponível em: <https://canal.cecierj.edu.br/122016/45ca7cac2fc685bec77b06eb1aeb6ebb.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

ROCETIM, Sâmela Cristina. **Turismo na Colônia Witmarsum - Palmeira PR: estudo de caso sobre a situação atual da atividade turística**. 41 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Estadual do Centro Oeste - Unicentro, Irati, 2013. Disponível em: <https://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/TURISMO-NA-COL%C3%94NIA-WITMARSUM-%E2%80%93-PALMEIRA-PR.pdf?x64401>. Acesso em: 12 nov. 2020.

RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 101-116.

RODRIGUES, S. L. O estímulo a organização em rede para efetivação de futuros cenários turísticos. **Turismo Rural e Agricultura Familiar: iniciativas e inovações**, Porto Alegre, v. 7, p. 238-244, maio 2010. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/mercados/sumarios/anais7.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2020.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo: planejamento e marketing**. São Paulo: Manole, 2002. 152 p.

SANSOLO, D; BRUSZTYN, I. Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. In: BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SANSOLO, D. Turismo de Base Comunitária diversidade de olhares e experiências brasileiras. Ed. Letra e Imagem, 2009.

SEBRAE. Colônia Witmarsum, em Palmeira, no Paraná, lança marca oficial. 2011. Disponível em: <http://www.pr.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=40&cod=1188%3e4744&indicador=0>. Acesso em: 23 nov. 2020.

SEBRAE. **Retrato do turismo rural no Brasil: com foco nos pequenos negócios**. Brasília: Sebrae, 2013. 56 p. Disponível em: http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9e845a6d413535b25fd040f6c5ea079e/%24File/5142.pdf. Acesso em: 12 nov. 2020.

SEBRAE. **Cooperativa: série de empreendimentos coletivos**. Brasília: Sebrae, 2014. 62 p. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/\\$File/5193.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/$File/5193.pdf). Acesso em: 09 nov. 2020.

SEBRAE NACIONAL. As principais diferenças entre associação e cooperativa. 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-associacao-e-cooperativa,5973438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 09/11/2020

SESCOOP. **Programa de turismo rural cooperativo**: conceitos e ações. Brasília: Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo, 2002. 44 p. Disponível em: <https://midia.cpt.com.br/pdfs/uov/cursos-uov-programa-de-turismo-rural-cooperativo.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2020

SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J.A.; FROELICH, J.M.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2000, p.15-62.

SILVA, J. G. Quem precisa de uma estratégia de desenvolvimento? In: **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário: 2001

SILVA, Francisca de Paula Santos da; MATTA, Alfredo Eurico Rodrigues; SÁ, Natalia Silva Coimbra de. Turismo de base comunitária no antigo quilombo Cabula. Caderno Virtual de Turismo, [S.L.], v. 16, n. 2, p. 79-92, 5 nov. 2016. Editora de Livros IABS. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.16n2.2016.1149>.

SILVA, A. P.; HILLING, Clayton. Agricultura familiar e pluriatividade: a contribuição das agroindústrias e do turismo no meio rural. **Turismo Rural e Agricultura Familiar: Iniciativas e Inovações**, Porto Alegre, v. 00, n. 00, p. 90-96, maio 2010. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/mercados/sumarios/anais7.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

SINGER, P. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, P.; SOUZA, A. R. (Org.) **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. 6. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002. 128 p. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2018/04/Introducao-economia-solidaria-WEB-1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2020.

SOARES, J. G.; SAHR, C. L. L. Ação coletiva, cooperativismo e turismo: estudo de caso da comunidade menonita de Witmarsum (paraná/brasil). **Pasos**: Revista de Turismo e Patrimônio Cultural, Laguna, jun. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88143642008/html/index.html>. Acesso em: 23 nov. 2020.

SCHNEIDER, S. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 51, n. 18, p. 99-121, fev. 2003. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/pgdr/publicacoes/producaotextual/sergio-schneider/schneider-s-teoria-social-agricultura-familiar-e-pluriatividade-revista-brasileira-de-ciencias-sociais-sao-paulo-v-18-n-51-p-99-121-2003>. Acesso em: 20 out. 2020.

SHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 11, n. 6, p. 88-125, jan. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/soc/n11/n11a06.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2020.

SCHERER, L. Roteirização turística no espaço rural: estudo longitudinal da Rota Colonial Baumschneis - Dois Irmãos, Rio Grande do Sul. 269 f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul. 2014.

TAVARES, A. M. **City tour**. São Paulo: Aleph. 2002.

TULIK, Olga. Recursos Naturais e Turismo: tendências contemporâneas. In: Turismo e Análise, nº 2. São Paulo: ECA/USP, 1993:14

TULIK, Olga. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de. **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. São Paulo: Manole, 2010. p. 357. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520442203/cfi/0!/4/2@100:0.0>. Acesso em: 01 nov. 2020.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Megalópolis, 1996. 209 p.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZIMMERMAN, B. J. Attaining self-regulation: A social cognitive perspective. In M. Boekaerts, P. Pintrich e M. Zeidner (Org.), **Handbook of Self-Regulation**. New York: Academic Press, 2000, p. 13-39

ZAI, Clotilde. Roteirização turística como instrumento de desenvolvimento territorial: o roteiro "verde que te quero verde" de campo magro/ paraná (brasil). **Finisterra**, Portugal, v. 110, p. 135-154, 2019. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/fin/n110/n110a08.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2020.

ZANCHI, V.; ETGES, V. E. KARNOPP, E. Roteiros de Turismo Rural na região dos Vales do Rio Parto e Taquari. **Seminário Internacional Sobre Desenvolvimento Regional**, Santa Cruz do Sul, v. 00, n. 00, p. 01-21, set. 2013. Disponível em: <http://www.unisc.br/site/sidr/2013/Textos/93.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

8 APÊNDICES

8.1 APÊNDICE 1: ENTREVISTA COM COOPERADOS DA COPASOL CACHOEIRA, ANTONINA- PR

Nome:
Idade:
Data:
Localização da propriedade
Tamanho da propriedade

- 1) Quantas pessoas da sua família trabalham/ auxiliam na propriedade?
- 2) Recebe algum tipo de visitante? Com que frequência?
- 3) Quais as principais atividades agrícolas realizadas na propriedade? E produções?
- 4) Possui outras atividades consideradas como pluriatividade realizadas na propriedade?
- 5) Possui acesso à internet?
- 6) Como comunica, informa e comercializa os produtos?
- 7) Participa das reuniões e atividades da cooperativa?
- 8) Gostaria de compartilhar algo com os visitantes? (hobbies, ocupações, festas, feiras na comunidade, costumes, pratos típicos, etc).

8.2 APENDICE 2 - ANÁLISE DAS PROPRIEDADES COOPERATIVA COPASOL CACHOEIRA E COMUNIDADE CACHOEIRA, ANTONINA- PR

1) Sobre o espaço da comunidade Cachoeira

Descrição da estrada/ acessibilidade

Presença de mapas e placas no caminho e propriedades (sinalização)

Atrativos fora das propriedades

2) Sobre as propriedades

Presença de banheiro para uso do visitante

Possibilidade de alimentação na propriedade

Espaço para convivência

Possíveis atrativos

Outras características observadas

